

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL
PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA
SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA
CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020

Equipo Interdisciplinario:

MARÍA JOSÉ CHANCAY CENTURIÓN

ROBERTO ANDRÉS CRUZ YULÁN

JORGE ISAAC FRANCO CEBALLOS

ANA MARÍA LUQUE MOLINA

ELIAS ALBERTO MARTINEZ AGUIRRE

EVELYN JACQUELINE NIETO HAGÓ

EMILIO JOSÉ ZAVALA ORTIZ

Guías del Proyecto

Mgtr. Anyelina Veloz - Mgtr. Iona Vallarino

GUAYAQUIL - ECUADOR

Diciembre 2020

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLITICAS

SUBTÍTULO

Evaluación del proceso de convocatoria, redacción y firma de convenio de cooperación entre artistas y UCG, para el Proyecto de Aplicación Profesional Jala la Oreja 2020

Para optar al grado de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Elaborado por:

ROBERTO ANDRES CRUZ YULAN

Guías del Proyecto

Mgtr. Anyelina Veloz

Mgtr. Ilona Vallarino

GUAYAQUIL, ECUADOR

Diciembre 2020



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN:

NOMBRE DEL ALUMNO O
ALUMNA:

Ma Jose' Chancay

NOMBRE DE LOS DOCENTES
QUE ACOMPAÑARON EL
PROCESO:

Anyelina Veloz A

Ilona Vallarino U.

FECHA:

11/12/2020

El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:

Suficiente:



Insuficiente:

Excesivo:

El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:

En buena medida:



En mediana medida:

En poca medida:

La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento

Sí:



No:

Parcialmente:

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **SÍ** concedo el aval para la presentación

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **NO** concedo el aval para su presentación

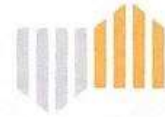
Firma de quien otorga el aval:

Ilona Vallarino U.

c.c. 0912978319



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, MARÍA JOSÉ CHANCAY CENTURIÓN, autor del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020", certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.



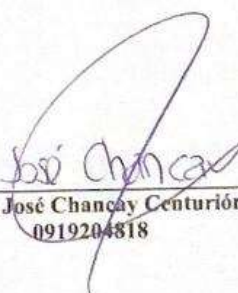
María José Chancay Centurión
0919204818



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

MARÍA JOSÉ CHANCAY CENTURIÓN, en calidad de autor y titular del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020", de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



María José Chancay Centurión
0919204818



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

CARTA AVAL					
NOMBRE DEL PROYECTO:	Sistematización de Experiencia de la creación y difusión del Proyecto Educomunicacional Jala la Oreja, para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea Rock en Guayaquil - Ecuador 2020				
INSTANCIA A LA QUE CORRESPONDE	Grado				
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑAN EL PROCESO:	Anyelina Veloz Ilona Vallarino				
FECHA:	30/ noviembre / 2020				
<i>El número de reuniones efectuadas con el equipo interdisciplinario, a mi criterio, ha sido:</i>					
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>	Excesivo:	<input type="checkbox"/>
<i>El equipo ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:</i>					
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>	En poca medida:	<input type="checkbox"/>
<i>El equipo me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva de la presentación y los materiales de apoyo para ella:</i>					
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>	Parcialmente:	<input type="checkbox"/>
<i>Por lo anteriormente expuesto, en calidad de Guía y Asesor, afirmamos que:</i>					
Nombre	Sí concedemos el aval	NO concedemos el aval			
Evelyn Nieto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Alberto Martínez	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Firma de quien otorga el aval:

C.C. 0915773782



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Elías Alberto Martínez Aguirre, autor del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK", en Guayaquil – Ecuador durante el 2020 certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.


Elías Alberto Martínez Aguirre
0927565481



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Elias Alberto Martínez Aguirre, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020"

, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.


Elias Alberto Martínez Aguirre
0927565481

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, EVELYN JACQUELINE NIETO HAGÓ, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Evelyn Nieto H.

Evelyn Jacqueline Nieto Hagó
0918160532



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

EVELYN JACQUELINE NIETO HAGÓ, en calidad de autor y titular del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Evelyn Nieto H.

Evelyn Jacqueline Nieto Hagó
0918160532



PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

Sist. de la experiencia de la creación y difusión del proyecto de comunicación para la mejora de la calidad de vida de la comunidad de un sector cantonal de P.O.R.T. en Cayapas - Ecuador 2020.

NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:

Emilio Zuñiga

NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:

Angelina Valdez H

Flora Vallarino U.

FECHA:

1/12/2020

El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:

Suficiente:



Insuficiente:

Excesivo:

El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:

En buena medida:



En mediana medida:

En poca medida:

La alumna o el alumno me dijo a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento

Sí:



No:

Parcialmente:

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **SÍ** concedo el aval para la presentación

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **NO** concedo el aval para su presentación

Firma de quien otorga el aval:

Flora Vallarino U.

cc 0912978319.



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

EMILIO JOSÉ ZAVALA ORTIZ en calidad de autor y titular del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020", de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Emilio José Zavala Ortiz
0922617873

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, EMILIO JOSÉ ZAVALA ORTIZ, autor del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020", certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.



Emilio José Zavala Ortiz
0922617873



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

CARTA AVAL					
NOMBRE DEL PROYECTO:	Sistematización de Experiencia de la creación y difusión del Proyecto Educomunicacional Jala la Oreja, para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea Rock en Guayaquil - Ecuador 2020				
INSTANCIA A LA QUE CORRESPONDE	Grado				
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑAN EL PROCESO:	Anyelina Veloz Ilona Vallarino				
FECHA:	1/12/20				
<i>El número de reuniones efectuadas con el equipo interdisciplinario, a mi criterio, ha sido:</i>					
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>	Excesivo:	<input type="checkbox"/>
<i>El equipo ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:</i>					
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>	En poca medida:	<input type="checkbox"/>
<i>El equipo me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva de la presentación y los materiales de apoyo para ella:</i>					
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>	Parcialmente:	<input type="checkbox"/>
<i>Por lo anteriormente expuesto, en calidad de Guía y Asesor, afirmamos que:</i>					
Nombre	Sí concedemos el aval	NO concedemos el aval			
Ana María Luque Molina	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Firma de quien otorga el aval:

C.C. 0915773782



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Ana María Luque Molina en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020**”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Ana María Luque Molina
0918723941



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Ana María Luque Molina**, autor del trabajo de titulación **“SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”**, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Ana María Luque Molina
0918723941



PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

Sist. de la experiencia de la creación y difusión del Proyecto Educativo "Jala la Creja" para educar a la sociedad en un ambiente sobre la comunidad de música contemporánea Rock en GYE - Ecuador 2020.

NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:

Roberto Cruz

NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:

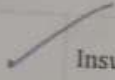
Angelina Veloz H.
Jhon Valbuena O.

FECHA:

1/12/2020

El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:

Suficiente:



Insuficiente:

Excesivo:

El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:

En buena medida:

En mediana medida:



En poca medida:

La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento



No:

Parcialmente:

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **SÍ** concedo el aval para la presentación



Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **NO** concedo el aval para su presentación

Firma de quien otorga el aval:

Jhon Valbuena O.

c.c. 0912978319



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Roberto Andres Cruz Yulán, autor del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020" certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Roberto Andres Cruz Yulán
0923276992



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Roberto Andres Cruz Yulán, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Roberto Andres Cruz Yulán
0923276992



PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Sist. de la Experiencia de la creación y difusión del Proyecto Educativo Regional para la Oveja para educar a la Sociedad Guayaquilera sobre la comunidad de músicos en Rock en Guayaquil - Ecuador 2020.

NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA: Jorge Franco

NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO: Angelina Veloz H
Ileana Valbuena U.

FECHA: 1/12/2020

El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:

Suficiente: <input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente: <input type="checkbox"/>	Excesivo: <input type="checkbox"/>
---	--	------------------------------------

El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:

En buena medida: <input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida: <input type="checkbox"/>	En poca medida: <input type="checkbox"/>
--	---	--

La alumna o el alumno me dijo a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento

<input checked="" type="checkbox"/>	No: <input type="checkbox"/>	Parcialmente: <input type="checkbox"/>
-------------------------------------	------------------------------	--

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **SÍ** concedo el aval para la presentación

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **NO** concedo el aval para su presentación

Firma de quien otorga el aval:
Ileana Valbuena U.
 c.c. 0912978319



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **JORGE ISAAC FRANCO CEBALLOS**, autor del trabajo de titulación **“SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”**, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Nombre y Apellidos del autor

No. de cédula

0910554544

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

JORGE ISAAC FRANCO CEBALLOS en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO EDUCOMUNICACIONAL JALA LA OREJA, PARA EDUCAR A LA SOCIEDAD GUAYAQUILEÑA SOBRE LA COMUNIDAD DE MÚSICA CONTEMPORÁNEA ROCK EN GUAYAQUIL - ECUADOR 2020”**, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Nombre y Apellidos del autor

No. de cédula

0918554544

Resumen

Jala la Oreja es un Proyecto de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande enfocado en educar a la sociedad guayaquileña sobre la música contemporánea de género rock producida en la ciudad de Guayaquil. Esta primera edición se desarrolló a través de la telepresencialidad, consecuente a los eventos de la pandemia COVID-19.

A través de una investigación con enfoque cualitativo, se logró determinar la creación de un entorno digital utilizando la plataforma social *Facebook*, debido a su alcance masivo y preferencia por el público potencial. Mediante la cual se difundió contenido gráfico y audiovisual generado dentro del presente proyecto. Además de esto, se creó una nueva comunidad de músicos pertenecientes al género rock, respaldados por la academia a través de un convenio de colaboración celebrado en un evento público digital.

Este documento, recoge las experiencias y el procesos en el cual sus ejecutores, desarrollaron las diferentes actividades para lograr objetivos en conjunto con los músicos y la Universidad Casa Grande.

Palabras Clave: músicos guayaquileños, educomunicación, rock de guayaquil, diseño, cultura, música rock, profesionales, comunicación.

Abstract

Jala la oreja is a Professional Applications Project made by students of Universidad Casa Grande, focused on the education of the Guayaquilean society about contemporary rock genre music made in the city of Guayaquil. This first edition of the project was developed through remote assistance due to COVID-19 pandemic events.

In its outcomes, the project framed a digital site using the social platform *Facebook*, thanks to its massive reach and because it was the most preferred by the targeted audience, this data was gathered by a qualitative research method at the beginning of the project.

The fan page of the project promulgated educational content, graphic, textual and film about the Guayaquilean rockers. Also, the page holded a new formed community of new artists, musical producers, event producers, journalists belonging to the rock genre in the city of Guayaquil, who got into an agreement with Universidad Casa Grande and got endorsed for its cultural input to the city.

The following events are the process, experiences of which the interdisciplinary team of the project Jala La Oreja accomplished the activities reaching towards its goals.

Key Words: guayaquil, musicians, educacional, rock guayaquil, rock in guayaquil, design, culture, rock music, professionals, communication, writing

Consideraciones éticas

Mediante el desarrollo del presente proyecto se tomaron en cuenta distintas consideraciones éticas. Principalmente, se contó con la participación voluntaria de quienes formaron parte del proceso de investigación, durante acercamientos y entrevistas, encontrándose libres de dar su opinión. Se mantuvo una comunicación transparente previo al desarrollo de dichas herramientas, indicando de antemano la finalidad y uso de las mismas. Así mismo, los participantes dieron su consentimiento para la grabación del mencionado proceso.

Toda la información obtenida como resultados provino de stakeholders y público potencial, contribuyendo al desarrollo del proyecto desde diferentes perspectivas.

1. Antecedentes y contexto de la experiencia	30
1.1 Propuesta inicial del proyecto	30
1.2 Adaptación a tele presencialidad: Replanteamiento del proyecto	30
1.3 De escena musical independiente a rock	31
1.4 Antecedentes del rock	31
1.5 Acercamiento a stakeholders	32
1.6 Proyectos Similares	33
1.7 Identificación de problema central	33
1.8 Diálogos con grupo objetivo	35
1.8.1 Objetivo general de investigación	35
1.8.2 Objetivos específicos de investigación	35
1.8.3 Enfoque	35
1.8.4 Unidad de análisis	36
1.8.5 Técnica	377
1.8.6 Universo	377
1.8.7 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil demográfico	377
1.8.8 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil psicográfico y conductual	38
1.8.9 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil de comportamientos digitales	38
1.9 Investigación de concept board e identidad visual junto a público potencial.	399
1.9.1 Evaluación Gráfica	¡Error! Marcador no definido.9
1.9.2 Participantes	40
1.9.3. Sección 1: ¿Qué plataformas de música conoces o identificas de las que ves a continuación?	40
1.9.4 Sección 2: ¿Qué tanto te gustan las siguientes imágenes?	41
1.9.5 Sección 3: ¿Cuál de estas imágenes puedes asociar con el rock?	41
1.9.6 Conclusiones de evaluación gráfica	42
2. Hipótesis de mejora	42
3. Reconstrucción histórica de la experiencia	44
3.1 Proyecto Jala La Oreja	44
3.1.1 Objetivo general de proyecto	45
3.1.2 Objetivos específicos de proyecto	45
3.1.3 Cambio de Ruta: De Plataforma Web a perfil en Facebook	455
3.1.4 Sobre el nombre	466
3.1.5 Identidad visual	466

3.2 Comunidad Jala la Oreja 2020	48
3.2.1 Parámetros de selección	489
3.2.2 Artista musical	499
3.2.3 Productor musical	499
3.2.4 Gestor musical	50
3.2.5 Artista musical emergente	50
3.3 Estrategia de comunicación de proyecto	50
3.3.1 Objetivos de comunicación	50
3.3.2 Concepto de comunicación	50
3.4 Convenio simbólico entre comunidad Jala la oreja y Universidad Casa Grande	51
3.4.1 Objetivos de la actividad del convenio	53
3.4.2 Evento digital: Firma de Convenio	54
3.4.3 Convocatoria a stakeholders (miembros de la comunidad Jala la oreja)	54
3.4.4 Realización y producción del evento en tele presencialidad	54
3.4.5 Transmisión del evento	565
3.4.6 Métodos de comunicación y difusión del evento de formalización	566
3.5 Categorías de contenido educativo de plataforma social Facebook	567
3.5.1 Objetivos de categorías de contenido digital de proyecto	¡Error!
Marcador no definido.7	
3.5.2 Categorías de contenido	577
3.5.3 Historiográficos	¡Error! Marcador no definido.9
3.5.4 Entretenimiento	¡Error! Marcador no definido.9
3.5.5 Oferta Musical Ecuador	¡Error! Marcador no definido.9
3.6 Contenido audiovisual educativo	60
3.6.1 Objetivos de los contenidos audiovisuales educativos	60
3.6.2 Producción de material audiovisual educativo	60
3.6.3 Temáticas audiovisuales	62
3.7 Evento digital de clausura	64
3.7.1 Objetivos de evento digital de clausura	64
3.7.2 Evento digital de clausura en la tele presencialidad.	65
3.8 Contacto con instituciones educativas	66
3.9 Resultados y evaluación general del proyecto	67
3.9.1 Objetivo general de evaluación	67
3.9.2 Objetivos específicos de evaluación	68
3.9.3 Conclusiones de evaluación de proyecto con grupo objetivo	68
4. Análisis e interpretación crítica de la experiencia	70
4.1 Evaluación individual de componentes o actividades	70

4.1.1 Evaluación del proceso de creación de identidad de marca para el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	70
4.1.2 Evaluación del proceso de creación de la estrategia de comunicación digital para la promoción del Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020.	75
4.1.3 Evaluación del proceso de conceptualización y generación de contenido en redes sociales para el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	82
4.1.4 Evaluación del proceso de creación y difusión de material audiovisual para promocionar el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	87
4.1.5 Evaluación del proceso de difusión en medios análogos y digitales sobre el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	92
4.1.6 Evaluación del proceso de desarrollo y adaptación de material visual para la promoción del Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	96
4.1.7 Evaluación del proceso de convocatoria, redacción y firma de convenio de cooperación entre artistas y UCG, para el Proyecto de Aplicación Profesional Jala la Oreja 2020	101
5. Conclusiones y recomendaciones	105
6. Referencias bibliográficas	107
6.1 Informes técnicos y de investigación	107
6.2 Foros en internet	109
6.3 Periódicos online	110
6.4 Revista	111
6.5 Libros, libros de consulta y capítulos de libros	112
6.6 Medios audiovisuales	112
6.7 Comunicaciones personales	113
7. Anexos	11414
7.1 Carta aval para curaduría de artistas	114
7.2 Evaluación gráfica	11515
7.2.1 Creación de Identidad	126
7.3 Transmisión del evento	143
7.4 Diseños y contenidos visuales educomunicacionales de proyecto y publicaciones de difusión del evento de firma de convenio	14444
7.5 Fondos virtuales de Zoom	165
7.5.1 Producción de material audiovisual educativo	166
7.5.2 Dossier	167

7.6 Evento digital de clausura en la tele presencialidad	171
7.7 Contacto con instituciones educativas	174
7.8 Árbol de problemas	178
7.9 Cuadro de matriz de marco lógico	179
7.10 Imágenes de diálogos realizados en la telepresencialidad (Stakeholders / Público potencial)	182
7.10.1 Diálogos realizados artistas musicales y productores musicales	182
7.10.2 Diálogos realizados con público potencial	188
7.11 Imágenes de firma de convenio y entrega de kit merchandising a los miembros de la comunidad Jala La Oreja	195
7.12 Modelo de entrevista a público objetivo	199
7.13 Modelo de entrevista para artistas musicales de comunidad Jala la oreja	201
7.14 Modelo de entrevista para productores musicales y gestores culturales de comunidad Jala La Oreja	202
7.15 Modelo de entrevista para evaluación de proyecto a público objetivo	203
7.16 Captura de correo electrónico enviado a instituciones académicas	204

1. Antecedentes y contexto de la experiencia

1.1 Propuesta inicial del proyecto

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) Jala La Oreja, nació como una propuesta de las alumnas egresadas de la Universidad Casa Grande, Ana María Luque de Diseño Gráfico y Comunicación Visual y María José Chancay de Comunicación Social con mención en Marketing, en conjunto y con el aval del Departamento de Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) de la Universidad Casa Grande. La primera edición de este proyecto PAP, un evento de música en vivo tipo festival, que se ejecutaba en el presente año, como respuesta a la necesidad de nuevos espacios e iniciativas que fortalezcan la creciente escena musical rock Guayaquileña fue replanteada, consecuente a los eventos de la pandemia COVID-19. Estos cambios también son consecuencia del acercamiento a los *stakeholders* y el proceso de investigación que se llevó a cabo durante el desarrollo del proyecto. Una vez definida la temática musical, el proyecto buscaba acercar a la sociedad Guayaquileña a la música Ecuatoriana independiente, llamada así, por la ausencia de discográficas y sellos de producción musical en el país, de acuerdo a Calderón (2011). La ejecución del proyecto buscaba ser una solución al problema central de la música Ecuatoriana: el bajo conocimiento sobre la misma.

1.2 Adaptación a tele presencialidad: Replanteamiento del proyecto

La pandemia COVID-19 provocó que la modalidad de trabajo migre a la tele presencialidad y la replantación del proyecto, significando un cambio de ruta.

Esta nueva modalidad de trabajo, la tele presencialidad trajo consigo varios condicionamientos pero, también daba la apertura a que se propongán nuevas ideas para ejecutar el proyecto. Luego de este cambio, el proyecto se enfocó en la creación de una plataforma web, donde se iba a registrar los acontecimientos de la industria musical independiente de Guayaquil, con el apoyo del guía del proyecto PAP, Juan Sebastián Mosquera y la asesora Iлона Vallarino. El proyecto daba visibilidad y reconocimiento a la industria musical Guayaquileña independiente, que de acuerdo al Periódico La República (2017) es frágil y diversa.

1.3 De escena musical independiente a rock

Como se mencionó anteriormente, durante la creación del proyecto se comenzó con la idea de trabajar en conjunto con la escena musical independiente de Guayaquil pero, la denominación independiente no fue un término adecuado ya que, nadie entendía quienes integraban dicha escena musical independiente de Guayaquil.

Por esta razón, se optó por seleccionar un género musical definido, el cual cuenta con mayor trayectoria; el rock y sus variaciones, uno de los géneros de donde proviene la mayor parte de músicos y bandas que marcaron la escena musical Guayaquileña desde hace mucho tiempo (Loor y Ruiz, 2015).

1.4 Antecedentes del rock

Con la llegada masiva de música internacional proveniente de Inglaterra, Estados Unidos, México y posteriormente Argentina, Chile y Uruguay a través de la radio y la

televisión, en la década de los sesenta, se reconoció al año 1962 como la fecha de nacimiento del género musical *rock* en Guayaquil, gracias a la aparición de bandas como “Los Halcones” y “Los Cool Cats”, consideradas como las primeras agrupaciones musicales de dicho género en este sector del país (Neumane, 2013).

Sin embargo, la escasez de registro de los acontecimientos del rock a través del tiempo ha impedido que esta comunidad sea reconocida y se reconozca a sí misma como una escena musical oficial, de acuerdo con Recalde (2015).

1.5 Acercamiento a stakeholders

El acercamiento a los stakeholders se dio a través de la tele presencialidad, y en estos diálogos se permitió reconocer con mayor claridad los problemas que existen dentro de la industria musical Guayaquileña.

En la temática del rock y música de Guayaquil, se pudieron identificar *stakeholders* de diferentes tipologías, tales como: la comunidad con la que se trabaja en el proyecto, dentro de los cuales se seleccionaron a artistas musicales rock, periodistas culturales, ingenieros de sonido rock, productores musicales rock y docentes musicales rock; la comunidad más amplia o público receptor a la que pertenece el proyecto, en la que se encuentra a la sociedad guayaquileña - jóvenes con *Facebook*, músicos / artistas de otros géneros musicales y productores de otros géneros musicales; la Universidad Casa Grande, en la que incluyen a los guías del proyecto, el personal del departamento PAP y sus estudiantes y docentes; el sector educativo en el que se encontraron al Balandra Cruz del Sur, Liceo Los Andes, UEES y el Colegio Americano; en el campo Político a Melvin Hoyos; en los medios de comunicación a

Diario El Universo y Emisora Radio City y por último a la empresa privada, en el que se encuentra Paradero Arte Café: Spot Cultural.

1.6 Proyectos Similares

A través de estos *stakeholders* se logró identificar proyectos similares al propuesto por su temática de música, rock y promoción del arte, aunque ya caducos en su mayoría. Entre ellos están: Los Premios Garage Band, el cual es un programa de reconocimiento a bandas rock emergentes cuya reapertura se dió en el 2019, luego de 6 años de inactividad, la cual sucedió por una falta de colaboración con audiencias y seguimiento de las nuevas generaciones de bandas (Dimitrakis, 2020). Por otro lado, se encontró a La Canguilera, un portal blog de Youtube que cubría conciertos de rock en la ciudad, inactivo desde el 2010; El Glob, que fue un portal de opinión digital y de bloggers cuyas últimas publicaciones datan del 2011. Por otro lado, la Universidad de Guayaquil tiene una pequeña comunidad llamada Rock UG, que se mantiene inactiva en el momento presente, de acuerdo a su portal de *Facebook*.

1.7 Identificación de problema central

A través del diálogo con los stakeholders del proyecto y realizada la construcción de un árbol de problemas (que se encuentra en los anexos), se identificó como problema central **el bajo nivel de conocimiento sobre la comunidad de música contemporánea Rock en Guayaquil.**

La música electrónica, la balada y el reggaetón son los géneros musicales de preferencia de los jóvenes guayaquileños, a diferencia del rock, el cual no está incluido

dentro de los géneros musicales preferidos de los jóvenes guayaquileños en ningún estrato socio-económico (Wilches, 2016). Igualmente, opina (Guerrero, 2017), la frágil industria musical local y la escasez de valor e importancia hacia la escena musical rock son algunas consecuencias del problema del desconocimiento del rock.

Como causas críticas, se identificaron que no existe una comunidad formal de actores del campo de música contemporánea rock guayaquileño, como lo plantea (Jeremías, 2019), Guayaquil es una ciudad que respondió a la moda y cuyos exponentes se disociaron del rock a diferencia de Quito, ciudad en la que se produjo mucho rock.

También se encontró que las plataformas actuales de difusión de estos contenidos no han realizado una estrategia de comunicación digital sobre varias categorías educativas de la música del género rock guayaquileño:

Son pocos los medios de comunicación que brindan la apertura necesaria para informar sobre los mismos porque se ha estereotipado que el rock genera violencia y por ende en estos eventos habrá violencia, así como drogas, lo cual es una premisa un poco insustancial por parte de la sociedad, esto ha terminado en que se relegue a este género, por falta de desconocimiento haciendo que sea aún más difícil la difusión del mismo. Tomalá (2014, p. 6).

Como tercera causa crítica, se determinó que no se ha creado material audiovisual educativo sobre la música contemporánea guayaquileña rock, según (Zambrano K. y Zambrano Á., 2018), educar e informar por medio de la televisión son funciones que no se utilizan y se desaprovecha en un medio que podría mejorar la calidad de vida en la sociedad guayaquileña.

1.8 Diálogos con grupo objetivo

Después del acercamiento con los stakeholders, los cuales permitieron identificar causas críticas del problema central, se comenzó una investigación cualitativa que permitió conocer mejor la problemática y el público al que se decidió dirigir el proyecto.

1.8.1 Objetivo general de investigación

Determinar un perfil demográfico, un perfil psicográfico y un perfil conductual del público potencial al que se quiere educar.

1.8.2 Objetivos específicos de investigación

- Conocer sus aficiones e intereses con respecto a la música.
- Conocer sus percepciones sobre la música rock.
- Investigar su percepción de la música rock producida en Ecuador.
- Conocer los hábitos de consumo mediático. (si consume o produce, qué plataformas, horas, qué tipo de contenido, referencias, a quién sigue, qué le inspira).

1.8.3 Enfoque

La investigación se realizó con un enfoque cualitativo para realizar una correcta exploración de motivaciones y razones de consumo y gustos del rock.

1.8.4 Unidad de análisis

Se realizó la selección de una muestra de 20 personas que cumplieran con las características psicográficas similares, el gusto por la música, no necesariamente rock, pero, otros géneros musicales.

1. Juan Diego Borbor	26 años, licenciado en ciencias políticas, guayaquileño
2. Doménica Álvarez	24 años, licenciada en comunicación corporativa, quiteña residente en Guayaquil
3. Christian Alarcón	28 años, ingeniero en diseño gráfico, guayaquileño
4. Ricardo Rovello	25 años guayaquileño, ingeniero en economía
5. Elisa DeJanon	24 años, licenciada en comunicación social, guayaquileña
6. Christian Benitez	26 años, licenciado en diseño, guayaquileño
7. Carlos Reyes	24 años, estudiante de medicina, guayaquileño
8. Jordy Reyes	24 años, licenciado de multimedia, guayaquileño
9. Alfonso Niemes	24 años, administración de empresas, guayaquileño
10. Natalia Campos	30 años, ingeniera en gestión empresarial internacional, guayaquileño
11. Jessica Iturralde	31 años, diseñadora gráfica, guayaquileña
12. Daniel Miranda	34 años, chef, guayaquileño
13. Paolo Martinez	24 años, Economía, guayaquileño
14. José Cruz	18 años, producción musical, guayaquileño

15. Rafael Luque	52 años, CEO, guayaquileño
16. Rafaella Luque	24 años, gastronomía, guayaquileña
17. Doménica Luque	23 años, diseño gráfico, guayaquileña.
18. Tyrone Morillo	26 años, MBA, guayaquileño.
19. Angie Ochoa	27 años, Ing. Naval, guayaquileña.
20. Natasha Muñoz	31 años, Ing. en puertos y aduanas, guayaquileña.

1.8.5 Técnica

Entrevista en la tele presencialidad (ver Anexos 7.10).

1.8.6 Universo

El universo es 296215 personas que representa al 17,1 % de personas con acceso fijo a internet en vista que, nuestro proyecto es digital.

1.8.7 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil demográfico

Hombres y mujeres residentes de la ciudad de Guayaquil con edades entre 23 y 40 años.

1.8.8 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil psicográfico y conductual

Con la finalidad de comprender intereses, percepciones, actitudes, actividades, y opiniones relacionadas a la música nacional, internacional y el rock como género específico, se identificaron las siguientes características en el público potencial: Consideran que las reuniones entre amigos y la vida sin música en general sería aburrida. Conocen de la existencia del género musical rock y lo asocian con música ruidosa, energética, expresiva, protesta, libre, fuerte y de un significado profundo. Mantienen un estereotipo sobre los rockeros como drogadictos, disruptivos, rebeldes, sucios; las bandas de rock que están en su top of mind son: Nirvana, Metallica, Soda Stereo, The Doors, David Bowie, Maná, Guns n Roses, Nickelback, Red Hot Chili Peppers. Desconocen de la existencia de música rock producida en Guayaquil porque creen que solo se hace pop, música urbana y pasillos.

Escuchan música todos los días, mientras desarrollan actividades rutinarias como manejar, trabajar, cocinar, hacer ejercicio, limpiar su casa, entre otras. Su acercamiento a la música nueva ha sido generacional, por recomendaciones sociales y plataformas como Spotify y radio cuando la buscan por iniciativa propia. Al encontrar una canción nueva, no dudan en agregarla a sus listas de reproducción, escucharla sin parar y compartirla. Pre pandemia, han asistido a conciertos de conocimiento popular debido al ambiente que producen estos festivales e influencia de amigos.

1.8.9 Conclusiones de diálogos con grupo objetivo: Perfil de comportamientos digitales

La principal plataforma donde consumen música es *Spotify*, usada como parte de su rutina diaria. Cuentan con una suscripción mensual y la usan para seguir y descargar listas de

reproducción. Las redes sociales que más utilizan son *Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter* y *YouTube*. Además, el tipo de contenido que más les llama la atención es el informativo.

1.9 Investigación de concept board e identidad visual junto a público potencial.

Se realizó un *concept board* para definir la identidad del proyecto y se analizaron diferentes referentes musicales como: estudios de grabación, productoras, sellos discográficos, conciertos, plataformas de streaming, entre otros. A partir de tal recopilación de información, se realizó una evaluación gráfica en la que participaron individuos del grupo objetivo primario, gracias a la evaluación, se definió la estética y los tonos de comunicación para Jala la Oreja; de este proceso surgió el isologo, la paleta de colores, tipografías, diagramación, demás elementos visuales y de comunicación.

1.9.1 Evaluación Gráfica

El objetivo de la evaluación gráfica fue la identificación de las preferencias estéticas del grupo objetivo primario del proyecto y la determinación de símbolos con los que el grupo objetivo primario asocia el rock, para así ejecutar la línea visual y gráfica de Jala la Oreja. La evaluación consistió en mostrar una serie de imágenes que el/la participante debía seleccionar de acuerdo a unas preguntas y estuvo dividida en tres secciones, en las cuales se tuvo como temas principales: La identificación de plataformas existentes, el agrado a imágenes y asociación de imágenes con el rock.

1.9.2 Participantes

1. Carlos Reyes	Estudiante de medicina, 24 años
2. Jordy Reyes	Lcd. en Multimedia, 23 años
3. Alfonso Niemes	Lcd. Administración de Empresas, 24 años
4. Natalia Campos	Ing. En gestión empresarial internacional, 30 años
5. Jessica Iturralde	Diseñadora Gráfica, 31 años
6. Daniel Miranda	Chef, 34 años
7. Tyrone Morillo	MBA, 26 años
8. Angie Ochoa	Ing. Naval, 27 años
9. Natasha Muñoz	Ing. en Puertos y Aduanas, 31 años
10. Rafael Luque	CEO, 52 años
11. Rafaella Luque	Gastronomía, 24 años
12. Doménica Luque	Diseño Gráfico, 23 años

1.9.3. Sección 1: *¿Qué plataformas de música conoces o identificas de las que ves a continuación?*

Para la primera sección de la evaluación, se les mostró a los participantes una serie de imágenes en donde aparecían los logos de diversas plataformas de música. De todas las respuestas, las plataformas que más se reconocieron fueron Spotify con 13 puntos, Youtube Music con 12 puntos, Apple Music con 11 puntos y Claro Música y Soundcloud con 9 puntos. Luego, las plataformas restantes quedaron con un puntaje de: Google Play Music 8 puntos, Amazon Music y Deezer con 4 puntos, Pandora con 2 puntos y Bandcamp y Tidal con 0 puntos.

1.9.4 Sección 2: ¿Qué tanto te gustan las siguientes imágenes?

Para la segunda sección de la evaluación gráfica, se les mostró a los participantes una serie de 14 imágenes (anexos) con diversos estilos estéticos, de las cuales tenían que calificar según una escala de valores propuesta. En la escala de valores, las opciones que tenían los participantes para calificar cada imagen fueron; te gusta mucho, te gusta, te da igual, te disgusta y te disgusta mucho. De las 14 imágenes mostradas, la imagen #13 (anexos) fue la favorita de los participantes por su composición visual, les dió igual la imagen #14 (anexos) y les disgustó la imagen #3 (anexos). Opinan que la imagen #11 (anexos) es atractiva estéticamente y utiliza una comunicación adecuada porque es fácil de interpretar y directa, igualmente, opinan que la imagen #9 está bien trabajada y utiliza una comunicación acorde con el proyecto. Opinan que las imágenes con mucho detalle les disgusta y que si Spotify utilizaría blanco y negro en vez del logo a color, se vería mejor.

1.9.5 Sección 3: ¿Cuál de estas imágenes puedes asociar con el rock?

En la tercera y última sección, se mostró igualmente una serie de 9 imágenes (anexos) distintas, de las cuales debían escoger las que más asociaban con el rock junto a las razones por las cuales lo hacían. Las imágenes que más asociaron con el rock son la #1 (anexos) y la #4 (anexos), ya que opinaron que son los símbolos más utilizados para identificar al rock, además de los más conocidos. La #2, #6 y #9 (anexos) son las imágenes que menos asociaron con el rock, puesto a que las consideran ajenas a la cultura rock.

1.9.6 Conclusiones de evaluación gráfica

Entre las plataformas de música que más conocen o identifican los participantes están Spotify, Apple Music y Youtube Music. Soundcloud y Claro Música. Las características que le atribuyen a estas plataformas son divertidas, creativas, jóvenes, amigables, diversas y confiables. Si pudieran cambiarle algo con respecto a la gráfica de estas plataformas, utilizarían símbolos que connotan algo musical y que sea más literal.

En cuanto a la segunda sección de la evaluación, las imágenes que más le atrae a los participantes es la #13 (anexos) por su composición, les da igual la #14 (anexos) y no les gusta la #3 (anexos). Opinan que la imagen #11 (anexos) es atractiva estéticamente y utiliza una comunicación adecuada porque es fácil de interpretar y directa, igualmente, opinan que la imagen #9 (anexos) está bien trabajada y utiliza una comunicación acorde con el proyecto. Opinan que las imágenes con mucho detalle les disgusta y que si Spotify utilizaría blanco y negro en vez del logo a color, se vería mejor.

En la tercera sección, las imágenes que más asocian con el rock son la #1 (anexos) y la #4 (anexos), ya que son los símbolos más utilizados para identificar al rock, además de los más conocidos. La #2, #6 y #9 (anexos) son las imágenes que menos asocian con el rock, puesto a que las consideran ajenas a la cultura rock.

2. Hipótesis de mejora

Luego de definir las causas y consecuencias de la problemática central, en conjunto con stakeholders y beneficiarios, los artistas de música Rock, se determinó que la finalidad

de este proyecto es contribuir a que la sociedad guayaquileña tenga una percepción adecuada acerca de los actores del campo musical guayaquileño rock y sus producciones musicales, para que pueda así reconocer su valor cultural. Por lo tanto, su propósito corresponde a utilizar la comunicación para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea rock en Guayaquil. El cual, al ser una primera edición, se midió a través de una encuesta inicial y final a un público objetivo de muestra con el que trabaja el P.A.P., adicional al registro de posteos y métricas en redes sociales. Para lograrlo, se inició con la conformación de una nueva comunidad de artistas musicales, periodistas culturales, productores musicales, productores de eventos, ingenieros de sonido, y/o similares, afines a la música contemporánea guayaquileña de género rock, respaldada por la academia. Celebrando la firma de un convenio de colaboración entre la centro de educación superior y miembros de dicha comunidad, y contando con la participación activa de los mismos en el desarrollo de las actividades consiguientes. Esta comunidad nace del desarrollo de varias actividades como: creación de una identidad verbal y visual, redacción de convenio, contacto con actores involucrados para inclusión y posterior firma de convenio, creación y difusión de boletín de prensa a medios de comunicación, creación de merchandising y gestión y transmisión de evento de firma de convenio. Las mismas que se evidencian en el registro físico del convenio, registro digital audiovisual del evento público, cobertura mediática tanto de manera interna (UCG) como externa (medios de comunicación) y presencia de miembros de la comunidad en el contenido generado para redes sociales.

Posteriormente, generaron contenidos educativos sobre actores de música contemporánea guayaquileña de género rock difundidos en plataformas digitales. Esto se logró a través de la creación de una estrategia de comunicación, diseño de investigación para recolección de insights, diseño y generación de contenidos visuales junto a la comunidad,

cumplimiento de cronograma de posteos, creación de concurso para seleccionar a ganador/a de evento de cierre y transmisión en vivo del mismo. Los resultados de las mencionadas actividades se demostraron a través de las métricas de redes sociales, el registro de posteos y la existencia de las plataformas, actualizadas y con branding aplicado correctamente.

Por último, con una comunidad formalizada y con contenidos constantemente publicados, se generó y difundió material audiovisual de contenido educativo sobre la música contemporánea guayaquileña rock. Se logró por medio de la recolección de insights de la investigación mencionada anteriormente, contacto y coordinación con miembros de la comunidad para generar el material en colaboración, scouting de locaciones y pre-producción de guiones, producción del material audiovisual, generación de gráficos para post-producción, edición y post-producción del mismo, y difusión del contenido integrado a la estrategia de comunicación planteada anteriormente. Evidenciándose en el registro digital en las plataformas trabajadas.

3. Reconstrucción histórica de la experiencia

3.1 Proyecto Jala La Oreja

El objetivo de Jala La Oreja, como Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), es utilizar la educación para dar visibilidad de la comunidad musical rock de Guayaquil a la sociedad Guayaquileña. La iniciativa nace en el 2020 como respuesta a la necesidad de crear nuevos espacios e iniciativas que ayuden al conocimiento de la industria musical Rock de Guayaquil.

3.1.1 Objetivo general de proyecto

- Utilizar la comunicación para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea rock en Guayaquil

3.1.2 Objetivos específicos de proyecto

- Contribuir a que la sociedad guayaquileña tenga una percepción adecuada acerca de los actores del campo musical guayaquileño rock y sus producciones musicales, para que pueda así reconocer su valor cultural.
- Crear una comunidad conformada por profesionales y actores de la industria musical Guayaquileña Rock.
- Crear una plataforma digital en medios sociales para la difusión de contenido educativo sobre el rock Guayaquileño y mundial
- Crear contenidos audiovisuales educativos sobre el rock Guayaquileño y el rockero.

3.1.3 Cambio de Ruta: De Plataforma Web a perfil en *Facebook*

En una primera instancia durante la pandemia, período en el que se tuvo que replantear la forma de ejecución del PAP, se tenía como idea la creación de una plataforma web centrada en reunir, exponer y visibilizar a la comunidad de músicos guayaquileños. Propuesta que fue replanteada, ya que se había originado de una especulación y no de la investigación al grupo objetivo del proyecto.

Con los resultados de la investigación al grupo objetivo del proyecto y con la nueva perspectiva que entregó la integración de una nueva guía del proyecto, Anyelina Veloz, se determinó que la solución más adecuada a dicha necesidad es la creación de un proyecto educomunicacional que reúne, expone y visibiliza a la comunidad musical rock guayaquileña; usará como plataforma principal de difusión de contenidos la red social *Facebook* y no un sitio web, junto a *Instagram* como plataforma secundaria para redireccionar a los usuarios hacia la red social principal y la aplicación de streaming musical Spotify para la difusión de música rock guayaquileño. Esta decisión se tomó ya que el sitio web no respondía a las conclusiones de investigación debido a que nuestro usuario potencial no utiliza websites para consumir música; usa redes sociales como *Facebook* e *Instagram* y aplicaciones de música como Spotify, además de que *Facebook* es una herramienta de alcance masivo y permitirá alcanzar los objetivos del proyecto.

3.1.4 Sobre el nombre

El nombre del proyecto social nace debido a un llamado de atención, donde uno de los docentes - Coordinador Académico de los Paps de la UCG, señalaba su intención de *jalar las orejas* a los ejecutores del proyecto por haber cometido errores que eran muy evidentes durante la presentación del primer avance del mismo.

3.1.5 Identidad visual

Para la ejecución del proyecto, tuvo que crearse una identidad marcaria desde sus raíces. Como símbolo identificador de Jala La Oreja, se optó por utilizar un isologo, el cual según Harada (s.f.) es cuando el texto y la imagen se encuentran fusionados en un mismo

símbolo. Para el isologo, se realizaron varios bocetos hasta llegar al oficial. Fue pensado utilizando pocos elementos, previendo la rápida y fácil identificación del signo marcario con el proyecto, es por esta razón que también es monocromo y se escogió una tipografía legible y neutral; la personalidad de la marca no recae en el símbolo, si no que este se manifiesta en la línea gráfica. El ícono también tomó inspiración del mundo de la música, al asemejarse a las vibras sonoras de un parlante al subir su volumen para ser escuchado, aludiendo a la música de esta comunidad.

Ya que el proyecto trata del arte musical, se decidió darle una dimensión extra a la identidad de Jala La Oreja, creando un audiólogo, junto con una animación que acompañe la marca. El audio branding (Franus, 2007, citado en Idovo-Zambrano, 2017) es “el uso intencional de la música, el sonido, y la voz para crear una conexión entre la gente y las organizaciones”

Luego del proceso de creación de la gráfica, se trabajó en un manual de identidad para Jala la Oreja, en el que están especificados todos los parámetros necesarios para el correcto uso del logo, sus aplicaciones, sus tamaños mínimos de reproducción, su uso en convivencia con otras marcas y más detalles que se proporcionan en dicho manual y que servirán para mantener la gráfica en futuras ediciones del proyecto.

El manual de identidad corporativa es la guía óptima que dicta todos los usos posibles y correctos en los que se empleará la aplicación de la marca, están normados todas las presentaciones admitidas y también las aplicaciones prohibidas, las cuales ignorar daría como resultado las aplicaciones no legibles para la marca gráfica, o podría contraponerse contra su concepto principal (Suárez, 2015, p. 70)

Posteriormente, se trabajó en un KV (key visual) en donde están disponibles todos los recursos gráficos necesarios para trabajar los artes de Jala La Oreja y de esta manera, facilitar y acelerar el proceso de creación de artes.

3.2 Comunidad Jala la Oreja 2020

La comunidad Jala La Oreja 2020, se conformó por 22 miembros que estaban relacionados con la música contemporánea rock de Guayaquil. Se eligió entre músicos, productores musicales y de eventos, periodistas culturales y personas con perfiles similares y afines con la temática rock de todas las edades y de varias áreas del campo.

La formalización y reconocimiento por parte de la Universidad Casa Grande de los músicos se determinó como objetivo de la convocatoria. Esta acción se realizó por medio de una firma de convenio entre la Universidad Casa Grande y los miembros que cumplían con los parámetros de selección para pertenecer a la comunidad Jala La Oreja 2020. Además, los miembros otorgaban el derecho al proyecto Jala La Oreja para la utilización de sus materiales, tales como: fotografías, videos y música con fines educativos y así cumplir con el objetivo principal del proyecto PAP, Jala La Oreja.

3.2.1 Parámetros de selección

Se escogió y dividió de acuerdo a ciertas categorías basadas en la participación y rol que cumplen éstos dentro de la escena musical Rock en Guayaquil. Estos parámetros fueron avalados y corregidos por un experto del campo musical Guayaquileño de género Rock, el artista musical David López, bajista y productor musical de varias agrupaciones musicales como: Ceci Juno, Luis Rueda, Naranja Lázaró, su experiencia en escenarios ayudó a determinar el tipo de artista más frecuentado por las audiencias:

3.2.2 Artista musical

- Interés común la música.
- Residentes de Guayaquil.
- Más de 5 años de trayectoria
- Mínimo 1 álbum
- Pertenecientes al rock y sus subgéneros.
- Por voluntad y limitaciones de la pandemia decidan participar.
- Buen engagement en redes sociales

3.2.3 Productor musical

- Experiencia en producciones, mínimo de 5 artistas.
- Formación académica de tercer nivel en producción musical.
- Conocer la teoría musical
- Conocer todos los géneros musicales independientemente de sus gustos.

3.2.4 Gestor musical

- 2 años de experiencia en el campo musical.
- Experiencia en festivales de música.
- Tiene como referente a festivales internacionales.

3.2.5 Artista musical emergente

- 2 demos en alguna plataforma musical.
- Redes sociales en crecimiento
- Pertenecientes al rock y sus subgéneros.

3.3 Estrategia de comunicación de proyecto

3.3.1 Objetivos de comunicación

- Educar a la comunidad guayaquileña sobre el género musical rock a nivel mundial, dando énfasis en la existencia de éste y sus protagonistas en Guayaquil.
- Mostrar la realidad detrás de la imagen del rockero y las razones por las que es realmente una profesión que aporta significativamente a la ciudad de Guayaquil.

3.3.2 Concepto de comunicación

El concepto de comunicación se redactó luego de haber definido la percepción errónea actual que tiene el público potencial sobre el músico rockero, efecto del bajo nivel de conocimiento. Se determinó el mensaje de la campaña y el eslogan del proyecto gracias a los

objetivos definidos. Para ello, se eligió mostrar el efecto que tiene la educación, el cual es el cambio de la percepción, es por ello que el mensaje del proyecto es:

Cambia lo que sabes del rock.

3.4 Convenio simbólico entre comunidad Jala la oreja y Universidad Casa Grande

El convenio entre la Universidad Casa Grande y la comunidad Jala La Oreja ocurre como un acto simbólico de reconocimiento, agradecimiento y soporte desde la Universidad Casa Grande hacia la música *rock* y hacia todos los logros y aportes que le ha otorgado a la sociedad guayaquileña durante décadas, mediado por el documento legal "Convenio que se celebra entre la Universidad Casa Grande y Artistas Guayaquileños - PAP Jala la oreja" que formaliza su ejercicio de creación y avala su existencia.

Para la elaboración del documento legal del convenio entre la Universidad Casa Grande y la comunidad de Jala La Oreja, se tomó como ejemplo el tipo mismo de documento legal que utiliza el Municipio de Guayaquil con la Sinfónica de Guayaquil, además de los conocimientos adquiridos en la materia *Derecho de los Contratos*, se comenzó la redacción del mismo. El proceso fue guiado por la abogada del sector jurídico de la Universidad Casa Grande, Katia San Martín y la guía del proyecto Jala la Oreja, Anyelina Veloz. Fue un proceso de elaboración largo, entre correcciones y mejoras, hasta llegar al acuerdo que contaba con la aprobación final de la Universidad.

Puesto que el evento de la firma del convenio tendría que hacerse bajo la modalidad telepresencial, a causa de los impedimentos de la pandemia COVID-19, se tuvieron que recolectar las firmas de los miembros de la comunidad con anterioridad al día del evento de la firma del convenio, el cual quedaría como un acto simbólico netamente. Finalmente, se logró incluir a 22 miembros dentro de la comunidad. Vale recalcar que la actividad se realizó con las medidas de bioseguridad necesarias y exigidas por la pandemia COVID-19, se mencionan los integrantes a continuación:

1. Quino Orrantia	Músico
2. Bernardo Reyes	Ingeniero en Sonido
3. Tomás O'Rorke	Músico
4. Daniel Vinueza, representante banda Cadáver Exquisito	Músico
5. Megan Wong	Músico
6. Daniel Bermúdez, representante banda El Gusto de la nada	Músico
7. Fausto Freire, representante banda Los Brigante	Músico
8. Gustavo Gutiérrez	Músico
9. Juan Manuel Enderica, representante banda Macho Muchacho	Músico
10. Rubén Burgos	Productor musical
11. Eduardo Loor, representante banda Eduardo del pasado	Músico
12. Bryan Cuadrado, pseudónimo BC Funk	Músico / Productor musical
13. Fabrizio Paredes, representante banda Ludovico	Músico
14. David Rojas, representante banda El General Villamil	Músico
15. Carlos Nuñez, representante banda	Músico

Espumita	
16. María Alejandra Cervantes, Doña Pepa	Músico
17. Erick Mujica	Músico
18. Juan José Avilés	Periodista cultural y músico
19. Raúl Soria, representante banda La Iguana Invisible	Músico
20. Chloé Silva	Músico
21. Rodolfo Peralta	Músico
22. Sebastián Peralta	Músico

3.4.1 Objetivos de la actividad del convenio

- Conformar una nueva comunidad que integre artistas musicales, periodistas culturales, productores musicales, productores de eventos, ingenieros de sonido, y/o similares, afines a la música contemporánea guayaquileña de género rock, que se encuentre respaldada por la academia públicamente a través de un documento legal.
- Que la nueva comunidad de rock guayaquileño, cuente con el respaldo público de la academia, Universidad Casa Grande.
- Despertar interés en los medios de comunicación y del grupo objetivo respecto a la temática Rock en Guayaquil y sus protagonistas.
- Comprometer a la academia como ente de respaldo y que reconozca el trabajo de la música, con la música rock de Guayaquil, desde la Universidad Casa Grande.

3.4.2 Evento digital: Firma de Convenio

El evento telepresencial de la firma del convenio, tuvo lugar el día martes 15 de septiembre del 2020 a las 16h30 vía zoom y se contó con una transmisión en vivo por *Facebook Live*.

3.4.3 Convocatoria a stakeholders (miembros de la comunidad Jala la oreja)

Los *stakeholders* fueron invitados y convocados a la firma del convenio a través de la tele presencialidad. Se creó un kit de bienvenida con *merch* del proyecto Jala La Oreja, dentro del cual estuvieron incluídos un bolso, una camiseta, 2 *pins* y una taza. El kit fue entregado personalmente en septiembre a todos los miembros de la comunidad, se tomaron todas las medidas de bioseguridad que la pandemia COVID-19 exigía.

3.4.4 Realización y producción del evento en tele presencialidad

En el evento se contó con la presencia de la rectora de la Universidad Casa Grande, Audelia High, la canciller Jimena Babra en representación de la presidenta del consejo de regentes, Marcia Gilbert de Babra. El ex alumno Klaus Carrera, quien se desenvuelve actualmente como gestor cultural y manager de bandas de rock, se lo consideró el perfil indicado para ser el maestro de ceremonias y se lo designó como tal. Se adecuó un guión con toda la información de los artistas y sobre el proyecto Jala La Oreja.

Para la logística, se tuvo la ayuda de Universidad Casa Grande y de Paradero Arte y Café: Spot Cultural, quienes brindaron la locación, instrumentos musicales para adecuar el ambiente y un sistema de audio para mejor calidad del evento. Esta cafetería tiene los mismos propósitos que nosotros de reunir públicos para la correcta formación cultural.

Varios medios de comunicación fueron invitados, entre ellos a Diario El Universo, Diario Expreso, El Comercio, El Universo - Vida y Estilo, Diario Qué!, Revista Vistazo, Generación XXI, Ecuavisa, Teleamazonas, Canal Uno, Telerama, N' Boga, Radio Santiago, Radio Huancavilca, Radio Sucre, Radio CRE, Teleradio, Radio City, Radio Elite y Radio Forever, de los cuales asistieron Juan José Áviles por parte de Radio City y Ulbia Reyes por parte de Diario El Universo. Además de esto Radio City realizó una mención días antes del evento y la Universidad Casa Grande difundió la invitación al evento de la firma del convenio por comunicación interna y por las redes de la universidad.

3.4.5 Transmisión del evento

El evento de la firma de convenio se llevó a cabo en la plataforma audiovisual *Zoom* y se transmitió al público general por medio de la herramienta *Facebook Live*, de la plataforma social, *Facebook*.

Durante todo el proceso se tuvo el apoyo de Óscar Calle, miembro del Departamento de Comunicación de la Universidad Casa Grande. Se realizaron pruebas en distintas plataformas, entre las que se consideraron las principales: OBS y Stream Yard, decidiendo finalmente enviar la señal directamente por Zoom a la red social antes mencionada.

El día del evento se realizaron ensayos previos con Óscar Calle y algunos integrantes del grupo de trabajo Jala la Oreja que se encontraban en la localidad designada, *Paradero*

Arte Café: Spot Cultural, en conjunto con el presentador Klaus Carrera. Se probó el contenido multimedia preparado anteriormente con la finalidad de que pueda ser proyectado de manera correcta durante la transmisión en vivo. Finalmente, el video del evento quedó colgado en el *Fan Page* de *Facebook* y hasta noviembre 23 se ha logrado que se visualice 2,580 veces, de acuerdo a la herramienta de administración de perfil de *Facebook*. (anexo)

3.4.6 Métodos de comunicación y difusión del evento de formalización

Dentro de las actividades del evento se realizó la redacción de boletines de prensa para la correcta comunicación con los medios de prensa y radio. La actividad consistió en la redacción de documentos de prensa con los que se revelaba el evento e invitados a la firma de convenio simbólico, posteriormente se realizó una revisión en conjunto con la asesora Ilona Vallarino y Mercy Nerea del departamento de relaciones públicas de Universidad Casa Grande.

Además de la creación de los boletines de prensa, se contactó al departamento de comunicación interna a través de nuestra asesora Ilona Vallarino, con el fin de dar a conocer la fecha de la firma de convenio simbólico y lograr que la comunidad casagrandina se concientice sobre la realización del evento y/o actividad de proyecto.

Los artes y diseños de boletín y publicaciones para redes sociales se pueden encontrar a los anexos.

3.5 Categorías de contenido educativo de plataforma social *Facebook*

Además, de que el proyecto se daba a conocer a través de un concepto de comunicación, se generó contenido educativo visual como tácticas a la estrategia.

3.5.1 Objetivos de categorías de contenido digital de proyecto

- Generar contenidos educomunicacionales sobre los actores de música contemporánea Guayaquileña de género rock para su posterior difusión en redes sociales.

3.5.2 Categorías de contenido

Listas digitales de canciones: #LosJalones

Dentro del proyecto, se realizó la creación de listas de reproducción digital de canciones o *playlists*, el formato digital de reproducción de música se puede encontrar en la plataforma social de música *Spotify*.

Se crearon las listas de reproducción con los siguientes nombres: El primer Jalón, compuesto por canciones de los miembros de la comunidad Jala La Oreja 2020 para introducirlos a la sociedad guayaquileña; *Girl Power, estilizado sin las sílabas GRL PWR* (parte 1) la cual, incluyó una colección de temas compuestos por mujeres músicos destacados en los inicios del género rock en los años 60 como: Patti Smith, Janis Joplin, Stevie Nicks, Grace Slick y Suzi Quatro. Para la lista de reproducción de canciones llamada *Positivo MiJalón* se utilizó la emoción positiva y energética que transmiten las canciones del género rock y canciones de sus variaciones de género o subgéneros.

Comunidad Jala la Oreja

Se expusó contenido biográfico y anecdótico en formato de imagen en la plataforma de *Facebook* sobre cada uno de los miembros de la comunidad musical Jala La Oreja. Las publicaciones en redes sociales pertenecientes a la categoría *Comunidad Jala La Oreja* educan sobre el ámbito musical a través de trayectoria musical, formación, vivencias, experiencias en escenarios nacionales e internacionales, influencias, colaboraciones, datos curiosos, reconocimientos y más de cada persona.

Se creó gracias al material proporcionado por los miembros de la comunidad Jala La Oreja 2020.

#OrejaFacts

Se dió a conocer material histórico y datos importantes a través de gráficas y fotografías, que se publican en la plataforma *Facebook*, sobre la música rock en Guayaquil, se rescataron los datos más relevantes de la historia del rock en la ciudad desde sus comienzo en los años 60s, de acuerdo a Neumane (2013). Esta sección educativa evidenció con contenidos académicos la existencia de la industria musical rock en la ciudad de Guayaquil, la cual ha sido activa pero, poco conocida, según Loor y Ruiz (2015).

Educativo Rock

En esta categoría los contenidos se utilizaron como herramienta de orientación para educar sobre el concepto *rock*, su importancia y significado más allá de la idea general que tiene el público potencial . Esta actividad se diseñó para generar un espacio de diálogo bajo la

temática *rock* y se creó en formatos de gráficas y fotografías que se publicaron en la plataforma de *Facebook* y se utilizó el hashtag #ClasesDeRockGuayaquileño

3.5.3 Historiográficos

Corresponde a la exposición de contenido histórico, publicado a manera de gráfica y fotografía en *Facebook* del género rock a nivel mundial.

3.5.4 Entretenimiento

Esta categoría se dedicó a la creación de gráficas y fotos para posterior publicación en *Facebook* sobre conciertos, películas y documentales pertenecientes a la música Rock mundial como: *Love & Mercy de The Beach Boys, Almost Famous, Across The Universe, The Doors, Documental BIOS de History Channel de Luis Alberto Spinetta.*

3.5.5 Oferta Musical Ecuador

Esta categoría se dedicó a reunir y crear gráficas para publicar en *Facebook* sobre la oferta musical de Ecuador: gestores, ingenieros en sonido, roadies, productores reconocidos en el medio; presentación de sellos discográficos, agencias de música, productoras, estudios de grabación, festivales musicales, fábricas de vinilos/CDs, entre otros que no son miembros oficiales de la primera edición del proyecto "Jala la oreja".

3.6 Contenido audiovisual educativo

3.6.1 *Objetivos de los contenidos audiovisuales educativos*

A través del uso de material audiovisual educomunicacional, se busca:

- Generar un registro audiovisual de contenido educativo sobre la música contemporánea guayaquileña rock, contribuyendo al contenido de la estrategia de comunicación planteada anteriormente y contrarrestando la causa crítica que indica la falta de material de este formato sobre la temática anunciada.
- Contribuir a un cambio futuro de percepción sobre la música rock y sus artistas en temas de: género, estereotipos, líricas y ritmo e historia general.

3.6.2 Producción de material audiovisual educativo

La producción de los videos se realizó el 5 de octubre en Paradero Arte y Café: Spot Cultural, quienes permitieron hacer uso de sus instalaciones para la producción del material audiovisual educativo. Con días de anticipación, se desarrollaron guiones y escaletas, documentos de pauta que indican el contenido y orden de grabación del material; al igual que se procedió a la creación de un *call sheet*, documento definido por Honthaner (2010) como la planeación de la filmación/grabación a realizarse, donde se detalla información de las personas involucradas, horas y lugares de trabajo, y requisitos especiales necesarios. Posteriormente, se realizó el contacto con cada uno de los artistas con los que se participó en la producción de los contenidos audiovisuales educomunicacionales, se logró la colaboración de: Megan Wong, músico profesional, Doña Pepa, artista musical profesional y emprendedora y Fabrizio Paredes, quien fue reemplazado por Juan José Avilés, periodista y

músico. Se escogió a estos artistas bajo tres aristas importantes: disponibilidad, inclusividad y profesionalismo.

Si bien en la comunidad conformada se cuenta con 22 miembros, debido al contexto de pandemia no fue posible tener la disponibilidad de todos. Sin embargo, es recomendación, y queda a discreción de los autores de futuras ediciones, que se pueda contar con la colaboración de la totalidad de miembros de la comunidad. En relación a la inclusividad, al tener dos personas de género femenino, se rompe el estereotipo de que la mayoría de los rockeros son hombres, además de contribuir a que la audiencia pueda tener una referencia femenina.

Adicional, son personas que se han profesionalizado en el ámbito musical, haciendo de esto una carrera en sus vidas. A través de ellos queremos mostrar la importancia de la formación académica en la creación musical.

Para el trabajo de dirección de arte se hizo referencia a videos de sesiones de música en vivo internacionales subidos en canales de YouTube como KEXP y Tiny Desk (Anexos), Se realizó una lista de recursos ya existentes en el lugar para grabar adicional a un listado de objetos que se iban a utilizar para la decoración del mismo, dentro de los cuales se encontraron vinilos, tocadiscos, plantas, luces, libros de música e instrumentos.

La producción fue elaborada en conjunto con los encargados del equipo interdisciplinario y la grabación se realizó desde las 9H00 hasta las 15H00 con intervalos de 30 minutos para configuración de cámaras y coordinación con personal. Se gestionaron dos ambientes: El cuarto principal, que cuenta con un escenario pre armado y la segunda sección, un mural con colores brillantes que permiten resaltar al individuo a grabar.

Una vez realizada la grabación, el material se editó en *Adobe Premiere Pro CC 2019* y se post-produjo en *Adobe After Effects CC 2019*, tomando en cuenta la identidad visual ya desarrollada para ser desplegada en las imágenes de intro y claquetas de preguntas.

3.6.3 Temáticas audiovisuales

Se definieron 4 temas principales para la creación del material audiovisual mencionado anteriormente, donde dos de ellos fueron producidos a manera de entrevistas. Por otro lado, para el desarrollo de los videos sobre la historia del rock guayaco y el lenguaje y guaya-rock, se coordinó la colaboración de Juan José Avilés, periodista, en la locución y Emilio Zavala, miembro del equipo interdisciplinario de Jala la Oreja, para el desarrollo de piezas gráficas; con la finalidad de realizar animaciones. A continuación se detallan los siguientes videos y sus nombres:

La presencia de la mujer en la música ROCK; ¿Cómo es ser rockera y mamá al mismo tiempo? con Megan Wong.

Megan Wong es mamá a tiempo completo, baterista y cursa estudios de cuarto nivel en el área musical. En este video se explica cómo divide su tiempo entre estas importantes áreas de su vida. Mediante este material audiovisual se demostró que las mujeres también son protagonistas del rock y además, son profesionales en el ámbito musical. De esta manera se enfoca la importancia de la formación académica, al mismo tiempo que se humaniza a los artistas mostrando su lado familiar.

Desmitificar la imagen del rockero.

Doña Pepa, artista musical y Juan José Avilés, periodista, conversan sobre los mitos de la imagen que tienen los rockeros en nuestra sociedad a medida que responden preguntas sobre los estereotipos del rockero, tales como la asociación entre bohemio y músico. Algunas de las preguntas que se plantean en este episodio audiovisual son: ¿Qué diferencia a un músico de un bohemio?; ¿Qué dijeras para que sepan que no haces música METAL sino ROCK?; ¿Qué dijo tu familia cuando vio tu pasión por la carrera de músico?.

La inclusión de Doña Pepa en este video aporta al aumento de referencias femeninas en el rock guayaquileño para la audiencia. Así como también la dirección de preguntas ayuda a, nuevamente, humanizar y dar voz a estos personajes que son considerados como informales.

La historia del rock guayaco: corrientes y décadas.

El contenido de este video entrega al público un recorrido sobre la historia del rock en Guayaquil; cómo y dónde empezó, qué tipo de rock se produce en la ciudad y cuáles son las corrientes que han influenciado en la creación de la música local de este género. Ya que el público potencial define al ritmo como principal característica para que una canción les guste, además de tener la percepción de que las canciones de rock son “pesadas y ruidosas”, se demostró, con este material audiovisual, que existen más alternativas musicales pertenecientes al género del rock en la ciudad de Guayaquil.

Lenguaje y guaya-rock; explorando las letras que se escriben en Guayaquil.

Se realizó la exposición de canciones producidas localmente que se basan en temas como amor, desamor, amistad, situaciones felices con las que podrían llegar a identificarse, dedicar o, de acuerdo al comportamiento del público potencial, simplemente compartir. A diferencia de la percepción encontrada en la investigación, la cual, refleja que se piensa que solo existen canciones de rock de tipo protesta.

3.7 Evento digital de clausura

El evento digital de clausura se llevó a cabo a través de la telepresencialidad y se realizó el contacto con el miembro de la comunidad Daniel Vinueza para que se de su participación activa como el anfitrión del evento, se redactó un guía y una escaleta para su actuación durante el evento digital.

3.7.1 Objetivos de evento digital de clausura

- Dar a conocer en una presentación musical a 2 artistas de la comunidad "Jala la Oreja".
- Formalizar con un evento de clausura la primera edición del proyecto de aplicación profesional PAP "Jala la Oreja".
- Despertar interés en los medios de comunicación y del grupo objetivo respecto a la temática Rock en Guayaquil y sus protagonistas.

3.7.2 Evento digital de clausura en la tele presencialidad.

Luego de la creación de materiales y gestión de la difusión de los contenidos, el proyecto tuvo un evento de clausura, cuyo formato fue un *Show de Trivia* y su nombre se designó como el *Show Jala la Oreja*, transmitido a través de la herramienta de interacción social de *Facebook, Facebook Live*.

El show público se llevó a cabo el 16 de Noviembre y durante la transmisión se realizaron preguntas a los asistentes, seguidores del perfil de *Facebook*, esto se pudo lograr ya que, se contó con unos premios denominados *box set*, hacen referencia a que son cajas con varios artículos, en este caso referentes a las bandas miembro de la comunidad *Jala la Oreja* y donados por ellos:

Los Brigante	Discos musicales - CD
Cadáver Exquisito	Mascarillas COVID-19 con logotipo de banda.

Durante el evento de formato trivia, se realizaron rondas de pregunta sobre el contenido de nuestra página web: el rock guayaquileño, su oferta musical y la presencia de la mujer en el rock, en los anexos podrá encontrar la guía que se le entregó a Daniel Vinueza para que sea el moderador del evento. Las preguntas fueron realizadas a manera de juego con los invitados al show, ellos fueron la artista Chloé Silva y una invitada, que logró asistir a través de un concurso de convocatoria en *Instagram* en el cual, se pidió a los seguidores de la red que compartan nuestra foto de invitación al evento en su red.

Se contó también con preguntas para los asistentes públicos, los cuales interactuaron con Daniel Vinueza a través de la herramienta de comentarios, propia de la red social *Facebook*, los más activos respondieron y enviaron sus saludos a los integrantes de la comunidad y a Daniel (anexos).

Al finalizar, se dió unas palabras de agradecimiento a los invitados y a la Universidad Casa Grande por la realización del proyecto en conjunto con los artistas musicales de rock Guayaquileño. Se finalizó con un concierto en vivo de 20 minutos, el cual fue realizado por los artistas de la comunidad Sebastián Peralta y Chloé Silva.

El video de la transmisión del evento se encuentra en el perfil de *Facebook* de Jala la oreja y actualmente cuenta con 468 vistas.

3.8 Contacto con instituciones educativas

Se realizó a lo largo de noviembre la redacción y el diseño de boletines informativos que puede encontrar en la sección de Anexos a instituciones educativas para informar que sus ex-alumnos están participando en un proyecto educomunicacional, estas instituciones son de nuestro interés por que pertenecen al mapa de stakeholders, estos establecimientos académicos comparten temas similares al nuestro. Debajo podrá ver con qué miembro de la comunidad se realizó el contacto.

Daniel Vinueza	Balandra Cruz del Sur, Jardín en tu garaje
Megan Wong	Carrera de artes musicales en Universidad

	Católica Santiago de Guayaquil.
Fabrizio Paredes	Carrera de artes musicales en Universidad Espíritu Santo
Bryan Cuadrado	Carrera de artes musicales en Universidad Espíritu Santo
Raúl Soria	Carrera de artes sonoras y musicales en Universidad de las Artes

El diseño de la comunicación fue en formato *mailing* y en formato de publicación de *Facebook* con el fin de incrementar el alcance en redes sociales de nuestro proyecto.

Nos acercamos hacía las instituciones académicas utilizando correos electrónicos dirigidos a cada facultad, no se obtuvo una respuesta después del contacto con cada facultad de artes y música, puede ver los correos enviados en la sección de anexos.

3.9 Resultados y evaluación general del proyecto

Se realizó una entrevista final con el grupo objetivo descrito anteriormente, a las mismas personas para lograr los siguientes objetivos:

3.9.1 Objetivo general

- Explorar si el grupo objetivo al que se dirigió el proyecto educomunicacional Jala la oreja, posee nuevo conocimiento y opiniones sobre los artistas musicales del género

rock, posterior a la ejecución del proyecto.

3.9.2 Objetivos específicos

- Comparar definiciones pre y post proyecto sobre el concepto de Rock en Guayaquil, entre el grupo objetivo.
- Indagar si existe nuevo conocimiento sobre referentes de músicos guayaquileños del género rock en el grupo objetivo del proyecto.
- Explorar cuáles son opiniones sobre los rockeros en Guayaquil, entre los integrantes del grupo objetivo del proyecto.

3.9.3 Conclusiones de investigación y entrevistas

Previo a la ejecución del proyecto Jala la Oreja, se hizo una investigación cualitativa al público potencial al que se dirige el proyecto, hombres y mujeres Guayaquileños, entre las edades de 23 a 40 años. La entrevista evalúa el conocimiento sobre la música contemporánea Rock de Guayaquil. En un inicio, se encontró que ellos no tenían al género Rock entre sus géneros musicales de fácil recordación y también se cree que en Guayaquil solo existía el pop, la música urbana y el pasillo como una costumbre.

También piensan que el Rockero Guayaquileño es drogadicto, disruptivo, rebelde, sucio. Conocimos que ellos conocen el género rock y sus referentes internacionales como Metallica, Guns N Roses, Nirvana porque sus padres o familiares les recomendaron la música. La mayoría cree que no existe el género Rock Guayaquil y lo creen así porque no está debidamente explotado.

Posterior a la ejecución de los contenidos educativos en el *Fan Page de Facebook* de proyecto, se contactó nuevamente a los participantes de la primera entrevista al inicio del proyecto, quienes estuvieron siguiendo las actividades de Jala la oreja en 2020, con el objetivo de indagar si existe nuevo conocimiento sobre referentes de músicos guayaquileños del género rock y explorar cuáles son opiniones sobre los rockeros en Guayaquil.

Los artistas Guayaquileños con los que más se logró identificación y recordación son David Rojas y Cadáver Exquisito, en términos de artistas internacionales de dijo que se identificó y recordó a Nirvana, Metallica y Elvis Presley. Ellos ahora piensan que "Jala La Oreja" es un portal de rock que ayuda a despertar un poco el interés sobre la música contemporánea Rock Guayaquileña. También se dijo que el proyecto da orgullo al guayaquileño porque hace sentir que no está atrasado comparándose con otros países con respecto al género Rock, eso quiere decir que la oferta musical es tomada en cuenta gracias a los contenidos difundidos de biografías de artistas de Comunidad Jala la Oreja si es utilizada, consumida y muestra la realidad de sus logros y aporte cultural a la ciudad de Guayaquil.

Sobre las opiniones del rockero, se ha logrado un cambio ya que, se menciona que es una persona que expresa sus pensamientos a través del arte, que es una persona relajada y que hay talento pero que falta más dedicación. También se dijo que de el rockero salen las mejores vibras en escenario, que es cool que sigan sus sueños. Por lo tanto, se puede decir que se logró cambiar la percepción inicial que se tenía acerca del Rockero de Guayaquil en la muestra elegida para la investigación previa y final del proyecto Jala La Oreja.

Sin embargo, la percepción acerca sobre qué tipo de música se produce en la ciudad no cambió significativamente ya que se sigue pensando que en Guayaquil existe solo el pop, los pasillos y como dato nuevo, la música electrónica *rave*.

Como comentarios adicionales, existió una persona con la que no se logró que le guste la música rockera, ya que comentó que el proyecto Jala La Oreja es causante de que se

interese de nuevo en el género musical pero sin cambiar su preferencia. Y de acuerdo, con respecto a su consumo de preferencias de plataformas sociales es que el grupo objetivo prefiere consumir los contenidos en *Instagram*, ya que fue la red social más mencionada con respecto al proyecto Jala la Oreja.

4. Análisis e interpretación crítica de la experiencia

4.1 Evaluación individual de componentes o actividades

4.1.1 Evaluación del proceso de creación de identidad de marca para el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

El proyecto de aplicación profesional (PAP) Jala La Oreja tuvo como objetivo, durante su primera edición 2020, utilizar la comunicación para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea rock en Guayaquil. Debido a la pandemia COVID-19, esta primera edición se realizó desde la tele presencialidad, utilizando como plataforma digital principal Facebook e Instagram y Spotify como páginas de apoyo paralelo a la principal.

En este primer componente del proyecto (PAP) Jala La Oreja que se evaluará, se busca conformar una nueva comunidad de artistas musicales, periodistas culturales, productores musicales, productores de eventos, ingenieros de sonido, y/o similares, afines a la música contemporánea guayaquileña de género rock, que se encuentre respaldada por la academia públicamente a través de un documento legal. La primera actividad del primer componente fue la creación de una identidad de marca, desde lo visual y conceptual, para la comunidad creada, desde la conceptualización, la redacción y el diseño. La herramienta de medición para esta actividad del componente fue la creación de un manual de marca para la primera edición del proyecto Jala La Oreja 2020.

Para el desarrollo de la identidad del proyecto Jala La Oreja, se tomaron en consideración las opiniones de personas involucradas en la escena musical local, tales como Raul Molina (baterista y músico de profesión), Pancho Feraud (gestor cultural y músico), Quino Orrantia (músico profesional), Rocío Fuentes (gestora cultural y fundadora de Poli Music), entre otros. Con ellos se pudo sostener varios encuentros en los que surgieron diálogos bastante fructíferos para elaborar y desarrollar la identidad del proyecto. Uno de los puntos que más destacaron durante estos diálogos es la sensación de estancamiento de la escena musical local por no lograr un crecimiento en el público, a pesar de que existe una oferta musical gigantesca. El público de la escena musical local es el mismo que asiste a todos los eventos, consume sus productos y mantiene una relación constante con la escena musical de Guayaquil. El problema es que no existe rotación de públicos, puesto a que este es muy reducido y es siempre el mismo, según opinan los *stakeholders* del proyecto.

A la hora de analizar la identidad visual que utilizan los festivales de música local y los eventos de música de la escena local, se logró caer en cuenta de que se utiliza una comunicación que le es atractiva únicamente al grupo de personas que ya frecuenta estos eventos, además de que estos eventos no están pensados de manera estratégica para atraer a un público potencial (grupo objetivo primario), el cual no está necesariamente interesado en escuchar música nueva o local, puesto a que desconoce de su existencia o en algunos casos tiene prejuicios hacia ella, sino en distintas actividades que podrían atraerlos a estos eventos como venta de cerveza artesanal o comida para generar el encuentro.

Al momento en el que se dialogó con el grupo objetivo primario del proyecto, se identificó que este grupo de personas, por lo general, cataloga o identifica a la escena musical local (incluido el público) dentro de estereotipos como “tripeados”, “hipsters”, “marihuaneros” u otros grupos sociales con los que la mayoría de individuos de nuestro

grupo objetivo primario no se identifica, pese a que un gran porcentaje de ellos desconoce o conoce muy poco de la existencia de la escena musical de Guayaquil.

Durante el proceso de creación de identidad para el proyecto, se hizo una evaluación gráfica en la que participaron personas de nuestro grupo objetivo primario. Esta evaluación constó de varias preguntas sobre estética, percepciones e ideas sobre el rock y sobre los símbolos con los que más se identifica al género. Dentro de los resultados de la evaluación, se pudo sacar las conclusiones que serían los pilares para la construcción de la identidad de la marca Jala La Oreja, un proyecto que busca alcanzar a estos públicos potenciales por medio de la campaña educomunicacional sobre la música rock de Guayaquil. La campaña consiste en educar a la sociedad guayaquileña sobre el género musical rock de la ciudad desde las plataformas sociales que se utilizaron para Jala La Oreja.

La construcción de la identidad de Jala la Oreja, la ejecución gráfica tanto como la parte conceptual y comunicacional, nace de los resultados de la investigación realizada en conjunto con la estrategia del proyecto y los objetivos que buscó alcanzar el mismo. Este proyecto debía mantener una identidad que le sea atractiva al público potencial, quien no es un consumidor habitual del género musical rock e inclusive ha construido una barrera con ideas erróneas, a veces un poco genéricas sobre el género musical. La tarea de construir una marca que hable sobre el *rock* pero que no siga los mismos patrones visuales con los que el *rock* está asociado para justamente cambiar la percepción que existe sobre el mismo, fue un desafío. La marca del proyecto debía mantener una gráfica que luzca confiable y profesional, puesto a que son las características que menos se les atribuye a la comunidad rock, además de que es uno de los pasos para formalizarla. La gráfica debió mantener una estética un poco distanciada estéticamente a lo asociado con el rock para lograr generar interés en los usuarios que no consumen habitualmente este estilo musical, sin embargo, se utilizaron también

símbolo muy relacionados con el tema rock, como la “mano cornuta” para que quede claro el tema que trata el proyecto.

El manual de marca, se ejecutó a manera de guía por la cual la identidad del proyecto se desarrolló. En él, están especificados todas las aplicaciones del logotipo, los parámetros a seguir para el manejo de la línea gráfica, y demás recursos que sirven para la sistematización de la marca del proyecto. Es este además, una herramienta que servirá para las siguientes posibles ediciones del proyecto Jala La Oreja. Para futuras ediciones del proyecto, se recomienda generar evaluaciones de la gráfica al grupo objetivo primario con el que se vaya a trabajar para mantenerla actualizada y fresca.

Como evaluador de la identidad de la marca del proyecto, puedo concluir con que el rol de la misma fue fundamental para lograr el acercamiento que se buscaba a ese público ajeno a la escena musical local; se logró desarrollar una marca con una gráfica acertada para ese público, cuyas características estuvieron basadas en las investigaciones previas sobre gustos y percepciones de ellos, utilizando recursos como el uso de una paleta de colores que sea de su preferencia estética que no estén asociada al rock.

En mi experiencia personal dentro del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), escoger el tema con el cual trabajar fue una decisión un poco fácil de tomar puesto a que la problemática con la que trabajé ha estado presente casi de manera inherente en mi vida. Jala La Oreja, un proyecto que propuso darle visibilidad a la comunidad musical rock de Guayaquil, aportando así con conocimientos sobre sí misma a la sociedad guayaquileña fue el proyecto que más motivación me produjo.

La pregunta que me surgió al haber tomado la decisión de escoger PAP fue: ¿De qué manera puedo con mis conocimientos aportar con pequeñas soluciones a un problema real? Como estudiante de Diseño Gráfico y Comunicación Visual tuve a mi disposición muchas herramientas que pude utilizar para ser parte de Jala la Oreja; la sistematización de una

identidad visual para el proyecto, la elaboración de piezas gráficas, la construcción del proyecto como marca desde cero fueron algunas de las funciones que tuve como parte del equipo de trabajo.

Pero más allá de mi desenvolvimiento como diseñador gráfico y comunicador en el proyecto, hubo muchos momentos en que a todos los integrantes del grupo nos tocó elaborar tareas que no necesariamente correspondían con el rol establecido de cada uno. Formar parte de un proyecto también es adaptarse a determinadas circunstancias en las que nos toca por lograr cumplir con el objetivo final del proyecto, por empatía con tus compañeros de proyecto o por la causa por la cual estás involucrado en el proyecto hacer actividades que van más allá de ese límite que nuestro título dibuja, y es que, si no es así, no podría lograrse el proyecto en su totalidad.

La recursividad es una de las herramientas más importantes para lograr ser parte de un proyecto. Este aprendizaje nace luego de reflexionar con respecto al desenvolvimiento de cada integrante dentro del equipo, con respecto a los conocimientos que cada uno posee y las facilidades que se tengan a disposición; no todo estará servido como en la teoría o no todo funcionará como debería idealmente. Lo más importante es el ingenio que se tenga para lograr solucionar las trabas, problemas o imprevistos que aparezcan dentro del proceso de desarrollo del proyecto. No siempre se contará con el personal con el que se quisiera contar para trabajar como equipo en el proyecto ni se tendrán ciertas ventajas que algunos poseen.

Dentro del proceso de desarrollo y aterrizaje de la idea del proyecto, como grupo de trabajo tuvimos varios conflictos en los que salieron a la luz varias facetas ocultas de cada integrante del equipo de trabajo. Haber tenido tantos problemas para consolidar la idea de Jala la Oreja nos ayudó a conocernos mucho más de lo que esperaríamos llegar a conocernos. Esta fase nos dió, en mi opinión, una dinámica de trabajo mucho más ágil y hasta un poco

distinta de la del resto de grupos por la experiencia recorrida como equipo con la que contábamos.

Uno de los desafíos de trabajar en un PAP dentro de la modalidad telepresencial más duros fue el de tomar decisiones en equipo por Zoom y aprender a no interrumpir los otros mientras está opinando sobre alguna cuestión, considerando que el equipo de trabajo estaba conformado por 7 integrantes, además de lo complicado de acordar en una hora en la que todos estén disponibles para reunirnos tele presencialmente.

Trabajar con una comunidad como lo es la comunidad musical rock guayaquileña con tanta trayectoria pero con muy poco registro de todo los acontecimientos transcurridos fue una experiencia que me dejó con ganas de seguir trabajando en proyectos que busquen apoyar una causa por medio de lo que pueda como profesional y ser humano. Ver cómo una idea se transforma en una acción y ser parte de ese proceso es una experiencia verdaderamente satisfactoria, además de que dentro de ese proceso hubo una iniciativa y una intención de ayudar y apoyar a un grupo de personas por medio de tus habilidades y conocimientos.

4.1.2 Evaluación del proceso de creación de la estrategia de comunicación digital para la promoción del Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020.

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) "Jala la Oreja", tiene en su propósito educar a la sociedad guayaquileña sobre la música Rock producida por artistas musicales locales y generar una percepción adecuada sobre estos, para que se reconozca su valor cultural. Debido a los eventos ocasionados por la pandemia Covid-19, el proyecto tuvo su ejecución en un entorno digital: *Fan Page* de *Facebook*, dirigido al segmento de guayaquileños hombres y mujeres entre 24 y 40 años el cual, pudo ser determinado luego de una investigación cualitativa, realizada a partir de una primera propuesta de proyecto errada, porque en su concepción no estaba dirigida a ningún público.

A causa del error mencionado, se levantó la investigación entre el público seleccionado, obteniéndose mejores conclusiones e *insights*, para el desarrollo del proyecto.

Concepto de comunicación

En ese sentido y partiendo desde la perspectiva social de los Proyectos de Aplicación Profesional, Jala la oreja debía en su finalidad contribuir y promocionar el arte de la ciudad el cual, no tiene una correcta percepción, según nuestro grupo objetivo, ellos piensan que el artista o productor rockero es marihuanero, sucio y que su profesión musical no es realmente una carrera laboral. Se tomó en cuenta esta percepción para redactar el concepto de comunicación "Cambia lo que sabes del rock", una frase corta y explicativa sobre las actividades del proyecto, quién según Luis Bassat (1992), son características importantes en la redacción de un concepto de campaña o *slogan*.

Categorías de contenido digital y educomunicación

Cómo parte de la estrategia de comunicación digital, ya con un concepto definido y un grupo objetivo a quien dirigirnos, se tomó en consideración que, ellos no conocía a varios referentes guayaquileños, a diferencia del reconocimiento a artistas internacionales cómo *Red Hot Chili Peppers, Nirvana o Guns and Roses*, dando al proyecto la pauta que se debía realizar contenido educativo sobre la oferta musical guayaquileña, creando una biografía con la información más importante según, Kealey (2016) es: antecedentes del grupo musical, descripción de música, trabajos importantes y recorrido laboral; con el objetivo de visibilizar los logros de los integrantes de la comunidad del Rock en Guayaquil, seleccionados para integrar el proyecto, complementando tal información textual con fotografías y videoclips donados por los artistas.

Esta categoría se llamó "Comunidad Jala La Oreja" para hacer énfasis que los artistas son integrantes y miembros activos de un proyecto educativo de Universidad Casa Grande llamado "Jala La Oreja" y que no corresponde a material promocional de sus creaciones.

Además, se encontró que el grupo objetivo piensa que el rock es "música protesta" y "rebelde", cuando en realidad expresa varios temas como: el amor, la amistad o un pensamiento personal; dando pauta esto a que debíamos difundir información que logre cambiar esa percepción a través de información positiva encontrada en el mismo grupo objetivo respecto al rock: que es profunda, que es *cool*, que sirve para bailar, para hacer ejercicio y no para protestar. Esta información pertenece a la categoría de contenidos educativos "#ClasesDeRockGuayaquileño", nombrada de tal manera gracias a la temática educativa del proyecto.

De igual manera, se identificó que el target no utilizan páginas webs para consumir música por lo que, se creó una categoría de contenido llamada "Los Jalones", para difundir el mensaje de jalarte las orejas utilizando *playlists*, o listas de reproducción con canciones de los miembros activos de la comunidad de la primera edición de proyecto en la plataforma social *Spotify*.

Por otro lado, el grupo objetivo no tenía conocimiento sobre la historia o el legado musical Guayaquileño de otras décadas por lo que se eligió el libro biográfico sobre la música Rock de Guayaquil de Roberto Neumann, *Rock y Pop: Bienvenidos a Ecuador*, para la realización de los contenidos pertenecientes a la categoría #OrejaFacts cuyo nombre se basa en la palabra "datos", traducida del inglés a *facts* y que utiliza parte del nombre del proyecto: "Oreja".

La investigación fortaleció el proyecto porque gracias a ella se pudieron crear categorías de contenido educativo adicionales. Teniendo en cuenta que el grupo objetivo si conoce un poco de grupos musicales internacionales, se eligió realizar publicaciones dentro

de la categoría "Historiográficos", acerca de bandas internacionales y su importancia en la historia del rock en el mundo, y de la misma manera con la categoría "Entretenimiento" la cual, se basa en documentales sobre bandas importantes del mundo rock: Nirvana, Red Hot Chili Peppers, Soda Stereo, mencionadas anteriormente.

También, se agregó contenido sobre la presencia del rock y la mujer en las categorías "Historiográficos" con datos importantes de vocalistas del rock: *Janis Joplin, Stevie Nicks, etc.* y "Los Jalones", *playlists* de música rock guayaquileña y mundial cantada por mujeres. Esto lograría ampliar la identificación de referentes, la cual existe en el grupo objetivo gracias a que ellos heredaron el conocimiento de sus padres, este dato valida el contenido mencionado porque ya existe en ellos un acercamiento previo al rock mundial.

Otra de las razones que motivó a la creación de contenidos de la mujer y el rock es la presencia de Megan Wong, artista musical guayaquileña miembro activo de la comunidad jala la oreja en esta primera edición, esta razón despertó en el equipo interdisciplinario la idea de contenidos sobre la mujer.

Los contenidos digitales funcionaron gracias a que las ideas son efecto de las conclusiones de investigación, esta metodología fue utilizada a lo largo de los casos prácticos y los deberes de publicidad I - IV en los cuales, la temática de soluciones de problemas utilizando la comunicación es similar a la de un Proyecto de Aplicación Profesional en su proceso: investigación - ideación - ejecución.

Evento de convenio digital

Como parte de la estrategia de comunicación y la categoría de contenidos "Comunidad Jala la oreja" y se realizó un evento digital con el cual se intentaba dar a el respaldo público a los artistas por parte de Universidad Casa Grande para lograr cambiar lo que se piensa actualmente de ellos. La actividad se promocionó a través de *mailings* y

boletines de prensa que mencionaban la firma de un convenio entre la comunidad Jala la oreja y la Universidad Casa Grande, y describen el propósito del proyecto Jala la Oreja. También se realizó la redacción de un guión para la moderación del evento realizado para el maestro de ceremonia Klaus Carrera, expresando la importancia de la música Rock en la ciudad y agradeciendo a la Universidad Casa Grande por su respaldo a la cultura musical creada por los artistas.

El evento pudo tener más presencia en medios si se realizaba una investigación o acercamiento con anterioridad y no inmediatamente como sucedió, debido a la falta de investigación en un inicio de proyecto, no importaba el contenido ni los invitados ya que, solo tuvimos la presencia de 1 periódico y la mención en radio, una única vez. Una recomendación es realizar la gestión de medios con más planeación y organización.

Contacto con otras instituciones

A partir de la investigación con los *stakeholders* y como parte de la estrategia de comunicación digital, también se realizó la redacción de *mailings* a otras universidades con facultades de música, no se obtuvo respuesta alguna hasta diciembre 2020, estos correos incluyeron información sobre el proyecto y la participación artistas ex-alumnos de cada institución, los correos se encuentra en anexos.

Esta idea se origina en la revisión del mapa de *stakeholders*, donde se encontró una oportunidad para dar a conocer a instituciones que comparten esta misma temática, y lograr una difusión en sus canales de comunicación internos, no sucedió debido a la falta de organización al inicio del proyecto.

Conclusiones y reflexión

Luego de la ejecución de los contenidos y el evento, se pudo determinar que el error más grande que se había cometido era iniciar la ejecución de una propuesta inicial de proyecto que no tenía público objetivo por lo tanto, no se sabía qué información iba a ser correcta para difundir.

Las conclusiones de investigación son importantes para unificar las miradas hacia que se debe hacer para solucionar un problema o idear una solución útil, que en nuestro caso no hubiera llegado sin las correcciones de la nueva guía, Anyelina Veloz, a mediados de agosto. A pesar que Juan Sebastian Mosquera, nuestro primer guía de proyecto fue un gran soporte en el área creativa del proyecto, al proyecto le faltaba una mirada metodológica en investigación para solventar la creatividad.

Finalizando el segundo intento de aprobatoria de primer avance de proyecto en julio 2020, se dio a entender que la investigación al grupo objetivo es lo más importante, porque es el soporte de cualquier decisión a lo largo de un proyecto o campaña, el cual permite salir de dudas, verificar que la ruta a seguir es la correcta y evita que el equipo interdisciplinario se desvíe de los objetivos planteados; la investigación e información real fueron las respuestas a muchos problemas.

Una recomendación para futuras ediciones del PAP, es que el grupo de trabajo interdisciplinario sea más diverso en sus carreras, esta primera edición con 3 diseñadores gráficos, 1 redactor creativo, 1 audiovisual multimedia, 1 persona de marketing y 1 persona de negocios internacionales. A lo largo del proyecto se verá la generación de textos para contenidos, boletines de prensa, *mailings* y concepto como así dar soporte al área de diseño para la revisión periódica de faltas ortográficas en los visuales por lo que, es recomendable que se forme el equipo interdisciplinario con 2 diseñadores gráficos, 2 redactores creativos, 1 audiovisual multimedia y 1 de marketing para que exista un balance en las actividades a

desarrollar en el PAP, así mismo ayudaría a que se pueda mantener un control de redacción: una coherencia y línea comunicacional que unifique todas las actividades de manera más fluida y organizada.

Otra recomendación sería siempre ponerse en los zapatos del otro y utilizar la perspectiva aprendida desde el grupo objetivo ya que, se discutía constantemente sin lograr decisiones significativas al no tener una investigación que unifique los criterios para decidir sobre ideas.

Finalmente, un aprendizaje adquirido fue que la redacción creativa es un trabajo de 5 sentidos, porque se aprende de la importancia del *insight* para la redacción de conceptos e ideas, las conclusiones de investigación es información que da poder al equipo interdisciplinario porque puede generar beneficio y utilidad a la sociedad, es de 5 sentidos porque se necesita estar atento a cualquier tipo de información que se tenga para soportar decisiones: textos, videos, personas entrevistadas, fotografías, proyectos similares.

Generalmente, se determinó que la ejecución final del proyecto es satisfactoria (a pesar de no lograr resultados significativos). Si los resultados no fueron los esperados fue por la falta de planeación al inicio del proyecto, como se mencionó anteriormente, se falló dos veces en la propuesta y ese tiempo perdido se pudo utilizar para realizar una ejecución temprana y más organizada, con la que se podía verificar si el cambio se lograba con más tiempo de exposición de los contenidos, la campaña recién se pudo exponer en septiembre, luego de la investigación realizada al grupo objetivo.

Esta experiencia de trabajo interdisciplinario ha tenido mucho valor profesional porque ha permitido usar los conocimientos aprendidos en las carreras universitarias a favor de la cultura y el arte en un medio de comunicación que cambia cada día, como es el medio digital, y a organizarse con tiempo con una investigación a la vista.

4.1.3 Evaluación del proceso de Dirección de Arte de creación de contenido en redes sociales para el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

La finalidad del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) Jala la Oreja, es educar a la sociedad guayaquileña a través de contenidos digitalizados sobre el género musical rock y su aporte cultural local en Guayaquil - Ecuador. Para su primera edición se convirtió en un proyecto digitalizado, usando los recursos de la tele-presencialidad con la ayuda de plataformas digitales como *Zoom, Facebook, Instagram y Spotify*, herramientas claves para que este se desarrolle. La red social principal del proyecto es *Facebook*, donde se creó el *Fan Page Jala la Oreja*. Para el desarrollo del contenido gráfico educomunicacional del *Fan Page* y otras redes sociales, se desarrollaron las siguientes actividades:

1. Dirección de Arte

En base al segundo componente “*busca generar contenidos educativos sobre los actores de música contemporánea guayaquileña de género rock para su posterior difusión en redes sociales*”, se realizó el proceso de dirección de arte basada en la identidad de la marca.

Para esto se investigaron diferentes referentes y contenidos visuales que estén relacionados al diseño gráfico y a la música. Se analizaron marcas de servicios y productos musicales como *live sessions* de *KEXP, BBC Radio, Sofar Sounds* Guayaquil, revistas con contenido musical como *Rolling Stones* y *Vice*, redes sociales de medios y críticos como *Antony Fantano, RadioCocoa, Indie Criollo*; también marcas que estén enlazadas al tono y/o personalidad para el proyecto.

Todo el proceso ocurrió a través de un *concept-board*, definido por Ignasi Fontvila (2016), como herramienta de trabajo que ayuda a visualizar una idea visual o verbal, sobre un producto o servicio, ejercicio previo a la estrategia creativa. En el mismo se detallan todas las ideas que surgen durante el desarrollo inicial del proyecto, referentes gráficos, paletas de colores, efectos visuales, tono, análisis de proyectos musicales similares y diferentes, entre

otros detalles que puedan ayudar a componer y crear visualmente el *Fan Page* y hacerlo atractivo al público objetivo.

La dirección de arte estuvo presente durante todo el desarrollo del proyecto a través del monitoreo de cada arte para redes, para la comunicación interna y/o externa de la Universidad Casa Grande, como el diseño de los boletines de prensa, las producciones de los videos educativos, producción del evento del día de la firma del convenio, el diseño de las presentaciones para los avances del proyecto ante los directores académicos.

2. *Contenido Gráfico e Histórico*

Se partió desde el segundo componente para generar contenidos educativos sobre los actores de música contemporánea guayaquileña de género rock, para su posterior difusión en las redes sociales de Jala la Oreja. Además, se incluyó contenido histórico de la música ecuatoriana e internacional, no solo guayaquileña. Todo esto con el fin de cambiar la percepción que tiene el grupo objetivo sobre el rock, agregando información de mujeres músicos destacados desde los inicios del género en los años sesenta, setenta, y así por décadas, denominando esta categoría como “GRL PWR”.

En el contenido también consta la creación de listas de reproducción de los mismos temas, “GRL PWR”, “El Primer Jalón” de la comunidad 2020 del PAP, y “Positivo MiJalón”, playlists con canciones de artistas ecuatorianos para dar más apertura de exposición a otros géneros y se conozca la diversidad de música que hay en el país.

En la categoría comunidad Jala la Oreja se diseñaron piezas gráficas en formato de reseñas para introducir a los artistas que firmaron el convenio, por medio de las entrevistas se recolectó información de su carrera musical, lanzamientos, trayectoria, anécdotas, sus influencias, apariciones, tours, colaboraciones, y más.

Se incorporaron nuevas categorías como “*Oferta Musical: Hecho en Ecuador*”, para visibilizar a los artistas de la comunidad de todo el país como gestores culturales, productores

de eventos musicales, multimedias, ingenieros de sonido, estudios de grabación, agencias de música, casas de audio, sellos discográficos y más.

Otra categoría es “*Entretenimiento*” la cual destaca documentales, series y/o películas basados en hechos históricos o inspiradas en, para tener otro tipo de acercamiento, que siga siendo educativo.

3. *Cronograma de Posteos*

El cronograma está diseñado en base al enfoque del proyecto: educar a través de la comunicación. Se realizó un calendario, se lo puede encontrar en anexos, para organizar el contenido de acuerdo a las categorías y sus temas. Se diseñó el contenido en base a la organización para que no se vea repetitivo y que sea atractivo para los seguidores, así se obtiene un mayor alcance e interacción en las redes.

4. *Dirección de Arte y Producción de Evento Firma de Convenio y de Videos Educativos*

La firma del convenio entre la Universidad Casa Grande y la comunidad de artistas Jala la Oreja, se realizó en en *spot* cultural Paradero de Arte y Café. Este evento se produjo en el área principal del local donde hay un pequeño espacio designado para repertorios musicales u obras teatrales. Se utilizaron los recursos del lugar para gestionar la escenografía, las luces led, modificadas a los colores de la marca, y los instrumentos musicales.

Para la producción de los videos educativos con artistas guayaquileños: Megan Wong y Doña Pepa, músicos y compositores guayaquileños destacados en el género, y Juan José Avilés, músico, compositor y prensa musical en Radio City, se volvió a usar el *spot* cultural, en esta ocasión se dio uso a dos áreas.

Se realizó una investigación para la búsqueda de referencias, para así adecuar dos ambientes y que no se vea repetitivo. Se creó una lista de los recursos que tenía el lugar y una lista de recursos que el equipo llevó, esta incluía: tocadiscos, vinilos, libros de música, plantas, lámpara de lava y más; y se dividieron los recursos en ambas grabaciones.

El primer video se grabó en el área principal, se organizó el espacio y se usaron los elementos del mismo: equipos de sonido, instrumentos, luces blancas y luces led para crear ambiente, también cuatro vinilos de rock de diferentes décadas, plantas y una taza de Jala la Oreja con tiras de papel donde se encontraban las preguntas para la actividad. Para el segundo video se usó un espacio iluminado por luz natural, decorado con murales hechos por artistas ecuatorianos. Se adecuaron los muebles, usamos el tocadiscos, un libro musical y más vinilos.

5. *Producción Evento Cierre*

Se realizó el “Show Jala la Oreja” como cierre de la primera edición del PAP. Se transmitió en el FanPage de Jala la Oreja, a las 20h00 del lunes 16 de noviembre. El host del evento fue Daniel Vinuesa “Vinu” vocalista de la banda musical de rock pop Cadáver Exquisito y ex-alumno de la Universidad Casa Grande. Los músicos que se contactaron fueron: Chloé Silva y Sebastián Peralta conocido como “Orate Internacional” o “PandeDulce” como sus nombres artísticos, artistas emergentes.

Se inspiró en programas trivia como “*Quién Quiere Ser Millonario*” para la temática del show. Es por esto que se realizó una trivia musical sobre el contenido publicado para los seguidores del *FanPage*. Como jugador principal estuvo Chloé Silva, se realizó una convocatoria en redes para sortear entre los participantes la oportunidad de jugar contra ella y ganar premios. Simultáneamente, durante la transmisión, se realizaron preguntas a los usuarios conectados sobre el contenido musical para que participen y ganen premios. Los primeros en responder correctamente, ganan.

Como responsable de las actividades mencionadas previamente puedo decir que el diseño de la mano de la dirección de arte fueron claves para mantener el correcto desarrollo de las piezas gráficas, estos fueron conocimientos, teóricos y prácticos, adquiridos durante la carrera de Diseño Gráfico, también por experiencias de pasantías en agencias de marketing y

publicidad, y proyectos de diseño en diferentes áreas; y también los que están relacionados a la música.

Además, en el lado personal/profesional, se pusieron a prueba los conocimientos y la experiencia ganada en shows de eventos musicales, desde la dirección, producción, gestión y diseño, como conciertos, shows en vivo, transmisiones, diseño de escenografías, diseño de portadas musicales, curaduría musical y más; siempre desde la base del diseño.

Uno de los retos para este proyecto fue lograr por los obstáculos que surgieron durante su desarrollo. Se tuvo que investigar y aprender sobre plataformas digitales que permiten la interacción con el público vía streaming, y cómo hacer que funcionen adecuadamente, sobretodo en calidad de audio y video. Todo esto debido a que por la pandemia se tuvo que adaptar lo que comúnmente se desarrolla o se produce en físico. Y por más que se quiso realizar ciertas actividades en físico, la mejor decisión que tomamos fue el método digital para no poner en riesgo la salud del equipo y los participantes del proyecto.

Se puede confirmar que la experiencia de realizar un trabajo grupal de tesis conformada por siete personas y en pandemia fue una locura. Hubo todo tipo de momentos: densos, de alegría, descontrol, gratificación, caos, de los cuales se logró aprender mucho a nivel profesional y personal. La tolerancia, la paciencia, el orden fueron, definitivamente, desde el inicio hasta el final muy importantes para el funcionamiento del equipo. Lograr la armonía grupal fue difícil, todos tuvimos muchas ideas buenas que aportar, diferentes perspectivas, variedad de opiniones, crisis existenciales, se aprendió a sobrellevar las diferencias y se logró trabajar en sintonía. Finalmente, uno de los aprendizajes más importantes fue el estar en sintonía con el equipo de trabajo, el aprender a escuchar a los demás sin dejar que el estrés te ciegue, el dejarse llevar por las emociones, también el confiar en la labor de los otros, el delegar y que todos podamos ejecutarlo teniendo la misma visión.

4.1.4 Evaluación del proceso de creación y difusión de material audiovisual para promocionar el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

Jala la Oreja es un proyecto enfocado en educar a la sociedad guayaquileña, a través de la comunicación, sobre la música contemporánea de género rock producida en su ciudad. Debido a la pandemia actual, su primera edición se estrenó en un entorno virtual: *Fan Page* de *Facebook*, por lo que se decidió hacer uso de recursos digitales como creación de material audiovisual y transmisiones en vivo para complementar la estrategia de comunicación planteada y difusión del proyecto.

A medida que el proyecto avanzaba, y, acogiéndose a una de las miradas que los Proyectos de Aplicación Profesional dictaminan para la ejecución de proyectos sociales de la UCG, se realizó una segunda investigación en acción, correspondiente al público potencial. Esta decisión fue acertada, pues ayudó a entender a profundidad las opiniones, preferencias y comportamientos del público potencial, permitiendo generar contenido en redes sociales que sea útil e interesante para ellos. A pesar de esto, al haberse realizado al principio, hubiera sido una gran contribución para tomar con rapidez la decisión de desarrollar el proyecto en las plataformas preferidas por el público, y trabajar así 100% alineados con la investigación.

Con los resultados obtenidos de la investigación, se desarrolló un perfil psicográfico y conductual, que permitió determinar *insights* usados para desarrollar 4 temas de material audiovisual que abordan, de manera superficial, debido a la limitación de tiempo una vez que se tomó esta decisión estratégica, contenido sobre género, estereotipos, líricas, ritmo e historia general.

Sin embargo, a pesar de que la información fue basada en resultados de investigación, no se incluyeron preguntas específicas para el desarrollo de estas piezas, por lo que no todos los videos se desarrollaron en un mismo formato ni con una misma duración. Para una futura ocasión, es recomendable realizar una investigación puntual sobre el contenido de material

audiovisual a favor de determinar especificaciones técnicas. Los temas se detallan a continuación:

1. *La presencia de la mujer en la música ROCK; ¿Cómo es ser rockera y mamá al mismo tiempo? con Megan Wong.*

Mediante este material audiovisual se demostró que las mujeres también son protagonistas del rock en Guayaquil y además, son profesionales en el ámbito musical. De esta manera se evidencia la importancia de la formación académica, al mismo tiempo que se humaniza a los artistas mostrando su lado familiar.

2. *Desmitificar la imagen del rockero.*

Doña Pepa, artista musical y Juan José Avilés, periodista, conversan sobre los mitos de la imagen que tienen los rockeros en nuestra sociedad a medida que responden preguntas sobre los estereotipos del rockero, tales como la asociación entre bohemio y músico. La inclusión de Doña Pepa buscó aportar a las referencias femeninas del género rock.

3. *La historia del rock guayaco: corrientes y décadas.*

El contenido de este video entregó al público un recorrido sobre la historia del rock en Guayaquil; cómo y dónde empezó, qué tipo de rock se produce en la ciudad y cuáles son las corrientes que han influenciado en la creación de la música local de este género.

4. *Lenguaje y guaya-rock; explorando las letras que se escriben en Guayaquil.*

Otro *insight* encontrado, es que las canciones de rock tratan de protestas o rebeldía. Se logró exponer que hay canciones producidas localmente que se basan en temas como amor, desamor, amistad, situaciones felices con las que podrían llegar a identificarse, dedicar o, de acuerdo al comportamiento del público potencial, simplemente compartir.

Posterior a la definición de contenidos, se procedió a la creación de un *call sheet*, documento definido por Honthaner (2010) como la planeación de la filmación/grabación a realizarse, donde se detalla información de las personas involucradas, horas y lugares de

trabajo, y requisitos especiales necesarios. Luego se contactó a los miembros de la comunidad para coordinar la grabación de los videos sobre la presencia de la mujer en la música rock y desmitificación de la imagen del rockero. Dentro de esta coordinación tuvimos un inconveniente: uno de los colaboradores confirmados había estado expuesto a COVID-19 y tuvo que ser suplantado por otro miembro de la comunidad, demostrando que es importante contemplar una segunda opción de personal al momento de planear.

Continuando con el proceso, se desarrollaron guiones y escaletas, documentos de pauta que indican el contenido y orden de grabación del material. Se recomienda, para futuras ocasiones, disminuir la cantidad de preguntas a realizar al momento de grabar y entrevistar, ya que el resultado entrega un video de larga duración, pudiendo disminuir la capacidad de atención del público. Así mismo, contextualizar a las personas a grabar para que puedan así responder a la pregunta en el sentido que es hecha. Paralelamente, se gestionó el *scouting* de locaciones, es decir, la búsqueda, consideración, selección y negociación del espacio en donde se desarrolló la grabación; donde se escogió Paradero Arte y Café.

Una vez realizada la grabación, el material se editó en *Adobe Premiere Pro CC 2019* y se post-produjo en *Adobe After Effects CC 2019*, ya que ambos *softwares* cuentan con las herramientas precisas para editar audio y video, colorizar y realizar animaciones necesarias para las intervención de gráficos en el material audiovisual. Se tomó en cuenta la identidad visual ya desarrollada para ser desplegada en las imágenes de intro y claquetas de preguntas. Además, se seleccionaron movimientos dinámicos como: *push* lateral, insertos de imágenes con transiciones rápidas, juegos de opacidad y revelación de texto, al igual que canciones instrumentales rock de la librería de *YouTube Studio* que representan la energía y dinamismo del proyecto.

Para el desarrollo de los videos sobre la historia del rock guayaco y el lenguaje y guaya-rock, se coordinó la colaboración de Juan José Avilés, periodista, en la locución y

Emilio Zavala, miembro del equipo interdisciplinario de Jala la Oreja, para el desarrollo de piezas gráficas. Las animaciones fueron realizadas en *Adobe After Effects CC 2019*, ya que las herramientas de este *software* son idóneas para crear la ilusión de movimiento a través de texto, colores, imágenes y vectores. Por último, el material audiovisual se difundió como parte de la estrategia de redes sociales establecida con la finalidad de generar contenido educativo sobre la música contemporánea rock de Guayaquil.

Las actividades relacionadas a la generación de material audiovisual se completaron en su totalidad, superando el indicador mínimo de 03 videos de contenido educativo generados e integrados a la estrategia de redes sociales determinada, con su respectiva adaptación para ambas plataformas (*Instagram y Facebook*) según fuera el caso.

Transmisiones en vivo

Paralelamente, se hizo uso del segundo recurso complementario: la transmisión de dos eventos en vivo. Las acciones ejecutadas, incluyendo la evaluación de plataformas, gestión, coordinación, prueba, transmisión, monitoreo y registro, dieron paso a que esta actividad se cumpliera en su totalidad, pudiendo verificarse en el *Fan Page* de Jala la Oreja, en donde se encuentran registrados los videos de ambos eventos.

La primera transmisión en vivo corresponde al evento de firma de convenio, “La UCG ft. Jala la Oreja”. El objetivo de esta transmisión fue dar a conocer al público este suceso y dejar un registro digital del mismo. Se realizó el 15 de septiembre a las 16H30, contando con la presencia de autoridades de la Universidad Casa Grande y miembros de la comunidad Jala la Oreja.

Para la gestión de la misma, se tuvo la asistencia de Óscar Calle, miembro del Departamento de Comunicación de la mencionada institución educativa, quien ayudó con la

evaluación de distintas plataformas y configuración de las seleccionadas: *Zoom* con transmisión directa a nuestro *Fan Page* a través de *Facebook Live*.

Adicional, Evelyn Nieto, miembro del Proyecto de Aplicación Profesional, fue la encargada de realizar pruebas posteriores al día del evento, bienvenida en *backstage*, monitoreo de cámaras, registro digital y gestión de transmisión durante la duración del mismo.

Se consideró como primera opción usar *StreamYard* por su practicidad en el área gráfica, pero, debido a que el convenio involucra más de 10 personas, no iba a ser posible ingresar a tantos panelistas al evento. Se recomienda, para futuras ocasiones, realizar una lectura de guión previa con el presentador.

La segunda transmisión en vivo se desarrolló el 16 de noviembre a las 20H00 y correspondió al “Show Jala la Oreja”, evento de cierre enfocado en un juego de trivia sobre el contenido compartido a lo largo del proyecto. En este espacio Daniel Vinueza, miembro de la comunidad, colaboró como presentador mientras Chloé Silva, miembro de la comunidad, y Mariuxi Mendoza, ganadora del concurso, compitieron en un juego de trivia. Al final incurrieron en presentaciones musicales dos artistas locales. Para su correcto desarrollo fue necesario transmitirse en vivo, ya que así la audiencia pudo interactuar y participar a través de *Facebook* mientras se realizaba la trivia.

Para la gestión de dicha transmisión se utilizó *StreamYard* como estudio de *streaming*, en donde Evelyn Nieto, con ayuda de Emilio Zavala en la producción gráfica, desplegó la línea gráfica en los espacios visibles, gracias al paquete premium comprado, antes de transmitir directamente al *Fan Page* a través de *Facebook Live*.

De igual manera, Evelyn Nieto fue la responsable de realizar las pruebas correspondientes, gestionar el estudio y transmisión, coordinar recursos gráficos, realizar registro digital y monitorear cámaras durante la transmisión. Dentro del contexto de

pandemia, fue gracias a las transmisiones en vivo que el evento existió y tuvo recordación públicamente; de lo contrario, hubiera tenido un menor impacto de visualización y no hubiera podido ser posible que la audiencia asista o sea parte del mismo.

Si bien este año se han cancelado un sinnúmero de conciertos, el hecho de poder sacar adelante un proyecto social en colaboración con la academia, actores y compañeros, que sirva como plataforma para que artistas musicales lleguen a un público, ha sido una gran satisfacción. Empezamos el proyecto con muchas ideas en el aire que gracias a un acompañamiento docente oportuno, pudieron ser aterrizadas en una propuesta dentro de nuestras capacidades y limitaciones por el complejo año que ha vivido el planeta.

Personalmente, este proceso involucró no solo un continuo auto-aprendizaje técnico, demostrando la importancia de mantenernos actualizados profesionalmente, sino también un desarrollo de habilidades.

A nivel profesional, considero que desde el campo audiovisual, quedó recalcada la importancia de conocer a profundidad a quienes se dirige el material a crear y el cómo adaptar las herramientas ya conocidas a esta nueva modalidad. En ambos casos, el cumplimiento de los indicadores no hubiera sido posible sin la colaboración del equipo interdisciplinario y personas externas como Óscar Calle, quienes aportaron de manera operativa e intelectual en el desarrollo de las actividades.

4.1.5 Evaluación del proceso de difusión en medios análogos y digitales sobre el Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

Al ser la primera edición del Proyecto “Jala la Oreja”, la difusión en medios se volvió un componente clave para lograr llegar a tener visibilidad ante la sociedad guayaquileña y que el evento empiece a tener un nombre en el medio. Para esto se plantearon las siguientes actividades específicas:

- Difusión de boletín de prensa sobre el proyecto y evento de firma de convenio a medios de comunicación.
- Creación y convocatoria a evento de firma de convenio a través de RRSS y comunicación interna-UCG.
- Difusión en cooperación con comunidad sobre el proyecto PAP, utilizando herramientas de merchandising.

Las actividades mencionadas se llevaron a cabo paulatinamente. Lo primero que se hizo fue una firma de convenio entre las partes involucradas, por un lado la Universidad Casa Grande y por otro lado, los músicos que forman parte de esta edición. Los músicos debían cumplir con parámetros de selección y estar de acuerdo con lo planteado en el convenio de colaboración. Además, en este proceso intervino la abogada Katia San Martín, del sector jurídico de la UCG.

Esta actividad tuvo ciertos imprevistos, ya que algunos de los involucrados presentaron limitaciones a última hora, por lo que se tuvo que empezar de nuevo con el proceso.

Es importante mencionar que en el contexto de una emergencia sanitaria, la opción de realizar una firma de convenio colectiva era inviable, por lo que se tuvo que recolectar firma por firma de todos los involucrados. En esta línea, las autoridades de la Universidad Casa Grande se mostraron prestas a apoyar esta iniciativa, recibiendo los convenios y colaborando con sus firmas de forma oportuna.

La firma del convenio le dio formalidad al proyecto, además al realizarse por medio de un evento, el proyecto obtuvo visibilidad desde sus inicios. Contrario a lo que se pensó inicialmente, el evento se transmitió por dos plataformas: Zoom y *Facebook Live*, desde el espacio cultural “Paradero Arte y Café”, quienes no solo aportaron con la locación, sino

también con instrumentos musicales para adecuar el ambiente y un sistema de audio para mejor calidad del evento.

Para este evento se contó con la participación del ex alumno Klaus Carrera como maestro de ceremonias; cuyo guión fue parte de las tareas que se realizaron dentro de esta actividad, la rectora de la Universidad Casa Grande, Audelia High, la canciller Jimena Babra en representación de la presidenta del consejo de regentes, Marcia Gilbert de Babra, y de todos los artistas involucrados en esta edición. Además, se convocó a diversos medios de comunicación que asistieron a través de las plataformas mencionadas anteriormente.

Finalmente, la difusión se realizó a varios medios de comunicación a nivel nacional, y también se contó con el apoyo de la UCG para la difusión dentro de la comunidad universitaria.

Los indicadores para evaluar este componente fueron:

- Noticias redactadas por medios de comunicación y comunicación interna UCG
- Correos electrónicos, posteos en RRSS

En este sentido, cabe recalcar el apoyo que se recibió por parte de la Universidad Casa Grande, tanto para la comunicación interna, como para el desarrollo de todo el proyecto, considerando los cambios que se realizaron por la naturaleza de la emergencia en la que se encuentra el mundo, por lo cual también brindaron muchas facilidades para que se tengan todas las medidas de bioseguridad necesarias.

Además de la comunicación interna, se tuvo contacto con medios de comunicación nacionales, esto se realizó a través de boletines. Sin embargo, no se logró recibir las respuestas esperadas, no por falta de intentos de parte del equipo ejecutor, sino por falta de interés por parte de los medios de comunicación.

Finalmente, se recibió el apoyo de dos medios de comunicación: Tuvimos una nota en Diario El Universo en físico y otra en digital. Esta última fue más extensa y ya que se entrevistaba a los músicos como parte del artículo publicado. Además, Radio City hizo una pequeña promoción del evento de firma del convenio unos días antes.

Por último, se mantuvo una comunicación constante a través de *Instagram*, donde se recibió el apoyo de los artistas involucrados desde sus perfiles personales.

Por todo lo expuesto anteriormente, se considera que se cumplió totalmente con los indicadores correspondientes a estas actividades.

La industria musical es algo que está presente en mi vida personal y profesional, es por eso que escogí el PAP “Jala la Oreja”, porque me daba la oportunidad de fusionar lo que sé hacer, con lo que amo y con lo que necesita mi comunidad.

Lo primero que se quiere destacar es el haber tenido que darle un giro al proyecto, ya que inicialmente estaba pensado como un evento presencial, que se transformó en un evento digital, lo cual obligó a ser flexibles y adaptarse a nuevas circunstancias.

Otro aprendizaje al involucrarme en este proyecto es el trabajo en equipo, que aunque desde los primeros años de carrera es algo que la Universidad Casa Grande impulsa en los estudiantes, es algo que se ve intensificado en el proceso de titulación, y más aún si se decide ser parte de un Proyecto de Aplicación Profesional.

Además, esta experiencia demostró que somos multifacéticos y que podemos hacer más de lo que pensamos. En mi caso, tuve que organizar el evento en circunstancias inusuales, y también ejecutar actividades de Relaciones Públicas sin ser mi área de *expertise*.

Por otro lado, un aspecto que considero importante mencionar, ya que es algo que hasta cierto punto di por sentado, es la investigación. En primer lugar, porque no se le suele dar la importancia que tiene, y también porque en nuestro PAP se tuvo que redireccionar la

investigación luego de ya haberlo hecho en dos ocasiones. Además, aprendí a emplear nuevas herramientas de investigación y a perfeccionar el uso de herramientas digitales.

Finalmente, adentrándome en el tópico del PAP, que es la industria musical local, considero que en Guayaquil existe mucho talento, tanto de músicos como de productores locales. Además de gente (managers, gestores culturales) y espacios que buscan empujar y apoyar la industria, lo cual crea un sentido de comunidad. Sin embargo, no existe una apreciación real por lo que esto conlleva. Detrás del escenario existe una gran inversión, la cual no es retribuida o recuperada en nuestro medio local.

El artista local sufre una falta de valor, lo cual también se reflejó en el poco interés que tuvieron los medios de comunicación en apoyar la difusión del proyecto, como en las marcas y el público. Además, se evidenció también que no existe apoyo por parte de las autoridades para brindar espacios para este tipo de eventos.

Sin embargo, son las personas que creen en el medio, los proyectos como “Jala la Oreja”, las universidades como la UCG, que siguen apostando por potenciar el arte y la cultura, y los espacios y plataformas para su propagación, lo que logrará que exista un cambio en nuestra sociedad. Y finalmente, son los proyectos que tratan situaciones reales con personas reales, los que más permiten aprender, hacer y seguir desarrollándose.

4.1.6 Evaluación del proceso de desarrollo y adaptación de material visual para la promoción del Proyecto de Aplicación Profesional “Jala la Oreja”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) Jala La Oreja 2020 busca educar a la sociedad guayaquileña sobre la música contemporánea de género rock producida en Guayaquil, utilizando la comunicación de por medio. A razón de la emergencia sanitaria COVID-19, dicho proyecto se adaptó a los requerimientos y fines virtuales, manifestándose

en una *Fan Page* de *Facebook* y a la creación de un perfil en *Instagram* para que funcione a modo de apoyo, dirigiendo a este público a la página creada en *Facebook*. Todo esto llevó a un enfoque estricto respecto a la creación de piezas audiovisuales y visuales, a la par de una nueva estrategia de comunicación para difundir eficientemente el proyecto en cuestión.

A medida que el proyecto avanzaba, se realizaron las siguientes acciones:

Creación de insumos para el apoyo sustancial interno del proyecto.

Las actividades correspondientes a la creación de insumos realizados para la comunicación interna del proyecto surgieron a partir de la línea gráfica que se desarrolló en conjunto con los colegas diseñadores miembros del equipo PAP: Jorge Franco y Ana María Luque.

En la primera instancia, el proyecto debía dar su presentación del *PRIMER AVANCE* el 17 de junio, dado que la línea gráfica se encontraba ya estructurada, se tomaron en cuenta las pautas y se trabajó en cada diapositiva enfocada y personalmente, para que en cada una de estas haya un impacto visual que sea coherente con la personalidad que se le ha ido desarrollando a la marca del proyecto Jala La Oreja, ya que en este año 2020 dicho proyecto tuvo que adaptarse a la telepresencialidad, se mantuvo en cuenta como el compartir una presentación de *powerpoint* mediante plataformas de videollamadas, como *Zoom*, podría tener algún impacto en la calidad del color e inclusive si esta podría volverse muy pesada y colapsar la reunión. Adicionalmente, al momento de desarrollar el diseño, se tuvo en cuenta enseñanzas como el *storytelling* a lo largo del desarrollo de la presentación para mantener interesados a los jueces, con el objetivo de demostrarles la valía del aporte que este proyecto educomunicacional tiene para ofrecer y aportar a la sociedad.

Para la segunda presentación, llamada *PRE-GRADO* que se realizó el 19 de octubre, el proyecto evolucionó y se realizaron ajustes a la comunicación que la marca estaba

desarrollando, por este factor, adicionalmente de la nueva información con la que se estaba enriqueciendo el proyecto, era necesario crear otro diseño de presentación que denote dicha evolución que se fue desarrollando desde la última presentación realizada. Asimismo, se llenó de vida a cada diapositiva, se tuvo en cuenta que la cantidad de información presentada en la pantalla no raye en lo obtuso, y principalmente que la presentación se fortalezca por su peso visual mediante elementos gráficos estáticos, animados, juegos tipográficos y fotografías retocadas, todo esto en conjunto brindan un respiro fresco y llenan de dinamismo la presentación, manteniendo así la atención de los jueces, y procurando transmitirles la experiencia vivida hasta ese punto del proyecto.

Generación de piezas gráficas

Las actividades correspondientes a esta categoría pertenecen a los insumos gráficos que se desarrollaron para *brandear* el material audiovisual, como lo fue la creación de los fondos virtuales para la plataforma de reuniones por videollamada *Zoom* (ver Anexo 7.6), las cuales eran necesarias puesto que en esta nueva normalidad es una normativa evitar exponer a los integrantes del proyecto, a los miembros de la comunidad rockera de Guayaquil y a los de la Universidad Casa Grande de potenciales contagios, y para conseguir un ambiente virtual cuyo espacio se sienta parte de la universidad y parte del proyecto, se hicieron artes para ser usados en *Zoom*, se tuvo en cuenta el espacio que ocupa una persona en pantalla por lo que se realizaron varias pruebas hasta encontrar la diagramación más eficiente para que elementos como las marcas gráficas de la universidad, el PAP y el proyecto Jala La Oreja fueran legibles y se encontrarán equilibradas con los otros gráficos del arte, en conjunto con la comunicación que lleva el proyecto y la personalidad de la marca. Dichos artes ejercieron la función de un *backing*, su propósito fue el de unificar más institucionalmente al evento del

convenio entre la comunidad rockera de Guayaquil y la Universidad Casa Grande, que se dio a cabo el 15 de septiembre y que además fue transmitido en vivo en la red social *Facebook*.

Adicionalmente, después de haberse concluido la producción de los videos educacionales, empezó a crearse los insumos gráficos para cada material audiovisual, se diagramaron los títulos de cada tema para que funcionen como portada, procurando que estos siempre tengan un acabado profesional y llamativo, también se recurrió al retoque y edición de imagen para crear piezas más impactantes visualmente. Se crearon zócalos para presentar a cada invitado que aportó en el material producido, dichos zócalos debían proveer la correcta lectura y simplicidad para que Evelyn Nieto, de la carrera de Audiovisual y Multimedia y miembro del Proyecto de Aplicación Profesional, pueda animar los vectores gráficos sin contratiempos. También dentro de estos videos que se encontraban en postproducción se realizaron claquetas amigables y simples con una duración de breves segundos (ver Anexo 7.5.1), cuya función correspondía a la transición de escenas, por lo que debían sutilmente acostumbrar el ojo espectador y mantenerlo cautivado en el video. Este material audiovisual, trabajado en conjunto con el apoyo gráfico, da como resultado que los videos se sientan y se vean pertenecientes al proyecto de arte y comunicación para el cambio social: Jala La Oreja 2020, mediante el uso correcto de la línea gráfica que se desarrolló previamente. Al estar estos concluidos serían publicados en el *Fan Page* de *Facebook*.

Para que el proyecto fuera financiado por terceros, se organizó un plan de auspicios por parte de María José Chancay de la carrera de Marketing, mientras que Emilio Zavala, ambos integrantes del Proyecto de Aplicación Profesional, se encargó de tomar esa información ya desarrollada y organizarla por paquetes en un *dossier* (ver Anexo 7.5.2) que sería entregado a potenciales auspiciantes. Al momento de la creación de esta pieza, lo primero que se tuvo en mente era que a quienes se les entregase el *dossier*, conocieran el nombre del proyecto y que se encuentre explícitamente que pertenece a una institución

educativa formal como lo es la Universidad Casa Grande, pasado este punto, el objetivo del *dossier* era informar y verse llamativo para que los potenciales auspiciantes se motivaran a invertir en este proyecto, por lo que se planteó que cada paquete del *dossier* se perciba más como *otra* opción para apoyar el proyecto, en lugar de “la opción más barata”. Se manejó un juego tipográfico que corresponde a la línea gráfica, con los nombres de los paquetes, se diagramó los beneficios de cada paquete en columnas y se hacía énfasis mediante el uso de tipografías *bold* a las palabras claves en cada viñeta para incentivar el apoyo financiero. Cabe recalcar que la pieza gráfica concluida mantiene los parámetros establecidos con respecto al uso de marca y línea gráfica de la marca Jala La Oreja.

Reflexión

Al momento de trabajar las presentaciones del PRIMER AVANCE, de PRE-GRADO y los fondos virtuales de *Zoom*, diversas enseñanzas a lo largo de la carrera universitaria fueron aplicadas, como el correcto uso de diagramación de información y el manejo de color para desarrollar diapositivas que no causen fatigas a los ojos y que el juego de formas a lo largo de la presentación mantenga cautivo al jurado. Si bien la línea gráfica ya estaba establecida, esta solo son guías generales de lo que se puede y lo que no se debe hacer con respecto a la marca creada, por lo que los conocimientos y la experiencia de la práctica durante los 4 años de la carrera permiten al estudiante poder elaborar y plasmar diversas ideas que al verlas en conjunto con el resto de piezas de la marca gráfica, se puede notar que pertenecen al mismo universo de marca.

Trabajar de la mano con la carrera de Audiovisual y Multimedia ciertamente ha sido una experiencia refrescante, puesto que se deben tener en cuenta varios factores a la hora de trabajar elementos gráficos que posteriormente serán animados por otro encargado, puesto que las piezas que se desarrollen deben mantener un orden de creación y simplicidad para que

el animador en cuestión pueda trabajar fácilmente con cada parte del elemento, una vez que se comprende el flujo de trabajo, es más sencillo replicar dicho orden en diversas piezas gráficas y entregar todo el paquete listo para la animación, evitando contratiempos. La pieza gráfica tampoco puede dejar de lado su estética y funcionalidad acorde a la línea gráfica, todo esto con el fin de optimizar tiempo ya que al trabajar con estas pautas, es mucho más sencillo maniobrar grandes cantidades de claquetas para animar.

Todos los diseños elaborados durante el proyecto fueron trabajados utilizando el programa *Adobe Illustrator 2021*, gracias a que este ofrece una gran experiencia de usuario al otorgar guías inteligentes para facilitar la alineación de los elementos dentro del arte que se esté realizando, su interfaz gráfica también es sencilla de explorar y entender, lo cual al momento de diseñar optimiza el tiempo, dichas razones son por las cuales se recomienda diseñar utilizando este programa vectorial.

4.1.7 Evaluación del proceso de convocatoria, redacción y firma de convenio de cooperación entre artistas y UCG, para el Proyecto de Aplicación Profesional Jala la Oreja 2020

Para el desarrollo del PAP ‘Jala La Oreja’ se tuvo como principal objetivo el utilizar la comunicación para educar a la sociedad guayaquileña sobre la comunidad de música contemporánea de rock en Guayaquil, quien está compuesta por actores afines a este género. Por ende, a través de una serie de actividades utilizando las redes sociales como *Facebook* e *Instagram*, se pudo generar y difundir contenido educativo sobre este género y sus respectivos artistas. Afortunadamente, durante el desarrollo del PAP, se pudo apreciar la colaboración de estos artistas y la buena acogida de la ciudadanía, a pesar del contexto de la Pandemia. Luego, para la realización adecuada del PAP, se asignó dentro del grupo varias actividades por individuo y entre ellas fueron:

- Contactar actores de música contemporánea guayaquileña de género rock para lograr acuerdos, integrarlos y realizar registros
- Redactar, revisar y re evaluar convenio hasta su final aprobación por miembros de la Universidad Casa Grande
- Formalización de pertenencia a la comunidad a través de la firma del convenio de cooperación

Para poder poner en marcha el PAP, fue imperativo identificar y contactar a veinte artistas que participaron en este proyecto para luego ordenadamente estructurar las preguntas de entrevista y de este modo poder realizar una serie de entrevistas fluidas en persona o vía Zoom, que a la final dieron como resultado la información necesaria donde se detalla los inicios y trayectoria como músicos ecuatorianos, los orígenes de su amor por la música, los ingresos que genera su música, sus planes a futuro como artista a nivel local y/o internacional, etc.

Esta información sirvió para producir contenido necesario para las plataformas de este proyecto (*Instagram* y *Facebook*) y contribuyó de gran manera el poder educar a nuestra audiencia sobre este género y sus respectivos artistas. Además, este contacto directo con los artistas sirvió para luego poder solicitar sus respectivas firmas en físico para la debida formalización del Convenio.

Para la realización del convenio, se consultó a la Abg. Ana Yulán quién proveyó de ejemplo un contrato que hubo entre el Municipio de Guayaquil y la Orquesta Sinfónica de Guayaquil. Haber tomado esta referencia contribuyó a que se pueda direccionar de mejor manera este PAP, dado que le dió la consideración necesaria hacia estos artistas y el contenido que se genera con ellos. Sin embargo, al ser un documento legal, las tutoras y demás autoridades presentaron su desacuerdo y respectivas correcciones, pero al final se

pudo llegar a un acuerdo donde dicho convenio beneficiaba a ambas partes. También a medida que se moldeaba este documento, algunos artistas como Héctor Napolitano, y Arturo Iturralde, al no estar de acuerdo con unas cláusulas decidieron no ser parte de este proyecto. Sin embargo, al obtener la aprobación final y formalización del Convenio por parte de las autoridades de la Universidad, se procedió a conseguir las respectivas firmas de los artistas y autoridades y proceder con las demás actividades.

Esta serie de actividades en conjunto con los artistas fueron de alta importancia, sin embargo se debe destacar la redacción del convenio dado que este documento contribuyó a que la realización y ejecución del contrato se haga sin mayor problema, debido a que al constantemente llevarlo a consulta a la Abogada o las autoridades, permitió que se identifiquen artistas que estén completamente comprometidos a los objetivos del PAP y claramente se puedan proteger los derechos de autor y propiedad intelectual de ambas partes.

Luego, las entrevistas realizadas, en conjunto con las habilidades de los diseñadores, se pudo construir mejor información que eduque e informe a la audiencia sobre el alto valor que tienen estos artistas y su arte. También, tomando en cuenta que esta es la primera edición, considero que las bases se han asentado tan bien que muchos artistas contactan a ‘Jala la Oreja’ para que sean considerados para las próximas ediciones, y en general la acogida de la audiencia ha sido muy positiva.

Consecuentemente, desde la perspectiva de la audiencia, al ver que se ha formado una plataforma que le da mayor notoriedad a este género y sus artistas, ha permitido que el sentido de pertenencia a este género musical y la apreciación hacia lo producido localmente se desarrolle de mejor manera y se comprobó mayormente en el evento final donde hubo muy buena acogida y alta participación por parte de los espectadores. Por ende, considero que

cada aporte y compromiso realizado por el grupo, y los artistas han conllevado a que la realización de este proyecto sea exitoso.

Sin embargo, al comienzo, no fue fácil adaptarse a la sinergia de este grupo debido a que la gran mayoría de los integrantes tienen antecedentes de comunicación social, mayor experiencia en asuntos de comunicación y mayor afinidad a la música local de este género; que son enfoques muy diferentes a los personales dado que tengo experiencia en Negocios Internacionales. Luego, a medida que pasó el tiempo y fuimos entendiendo de mejor manera el mismo proyecto, nuestros roles dentro del grupo, e identificar nuestras habilidades individuales, pudimos cada uno desarrollar nuestras actividades individuales y grupales con mucha mayor eficacia.

Para concluir, este PAP ha dejado grandes enseñanzas en mí debido a que al tener antecedentes de Negocios Internacionales bajo la enseñanza de la Universidad Casa Grande, donde se impartieron materias en específico como Marketing, Comunicación I, Derecho de los Contratos y Propiedad Intelectual, Professional Presentations, y sobretodo los Casos Prácticos ha permitido que pueda comprender otras perspectivas más allá de los negocios, y lo evidenció sobre todo en la realización de este PAP. Además, la experiencia profesional que he adquirido a lo largo de estos años ha contribuido a que el redactar y negociar contratos sean un poco más fáciles de comprender la importancia que tiene el general un convenio donde haya beneficios bilaterales. Ahora, en lo personal, escogí este proyecto por mi interés en la música local, dado que tenía un pequeño interés por la música local y tenía curiosidad ver como una institución académica puede contribuir a la apreciación e incentivar a artistas, su audiencia y hasta el mismo gobierno a ser más respetuosos y valorar la calidad de artistas y música que se produce localmente.

La Universidad Casa Grande está dando buen uso de sus recursos al brindar un espacio donde no solo los artistas se dan conocer sino también permitiendo al estudiante utilizar sus conocimientos para contribuir a esta causa. Debo destacar también la colaboración de “Paradero Arte y Café”, quienes son un espacio cultural donde no solo prestaron sus instalaciones sino también colaboraron con la difusión de nuestro contenido y su compromiso con ser un agente y promotor de cultura lo convierte en un aliado y colaborador clave para el desarrollo de este PAP y sus futuras ediciones. Por otra parte, el tener que trabajar con personas con antecedentes profesionales y académicos muy distintos al mío han contribuido a mi crecimiento como persona y empresario. Esto se debe a que siempre hay algo de negocios que considerar al momento de querer ejecutar algún proyecto de esta magnitud.

Finalmente, estos cinco años académicos han sido lo suficientemente fructíferos como para haber podido concluir este PAP exitosamente. Espero que la continuación de este PAP sea aún de mayor magnitud e impacto, tal vez ya no solo a nivel local sino también a nivel nacional y si es posible hasta nivel regional. Hay talento, hay gente e instituciones que están dispuestos a colaborar por ende considero que el impacto que tendrá este proyecto a futuro será aún mayor.

5. Conclusiones y recomendaciones

Esta primera edición de proyecto puede decir que no logró un cambio significativo en la identificación de nuevos referentes de la música Rock de Guayaquil, ya que solo subió a 2 persona identificadas (Daniel Vinuesa de Cadáver Exquisito y David Rojas) para próximas ediciones recomendamos que se utilicen varios contenidos o *posts* para cada artista, repitiendo y aumentando su presencia en el entorno digital. Aunque ya se conozca que el

proyecto está posicionado como un portal de rock sobre los referentes musicales Guayaquileños, el entorno digital debe realizar un tipo de contenido que ayude a la persona a memorizar y recordar más eficientemente sobre los artistas musicales de Rock de Guayaquil, se puede recomendar que la próxima edición de Jala la oreja sea concierto en vivo o a través de las redes sociales con el objetivo de lograr recordación a través de una experiencia inmersiva.

Se debe recordar que la idea de ejecución de un evento no se pudo realizar debido a la situación de la pandemia Covid-19 sin embargo, esta pueda ser parte de una actividad de marco lógico para la próxima edición.

A pesar de la colaboración activa de los miembros de la comunidad Jala La Oreja para difundir los contenidos en las redes sociales, el proyecto necesita el apoyo de influencers y una estrategia con ellos para lograr que se potencie el mensaje hacia una audiencia más amplia.

Esta primera edición tuvo sus logros significativos como el evento de firma de convenio y su transmisión en la página web, al ser la primera vez que la Universidad Casa Grande da su apoyo a la música de género rock, el cual si es un género musical con el que nuestro público objetivo demostró sentirse a gusto durante la difusión de los contenidos. Basándose en un comentario también se debe recomendar que el próximo proyecto si diga más claro que el rock es de Guayaquil porque una persona dijo que piensa en Quito cuando le mencionan Rock Ecuatoriano, tal vez puede ser con un cambio en la paleta de colores de línea gráfica.

Si bien es cierto que los contenidos audiovisuales se los utiliza de una manera educativa nunca se logró generar una expectativa de acuerdo al estreno de cada cápsula por lo que la próxima edición debe tener en cuenta de mantener un contacto activo con su audiencia digital a través de concursos periódicos, contenido sorpresa, webinars o contenido referente a

la temática de Jala La Oreja que ayude a comprometer a la audiencia con la actividad del proyecto. Otra recomendación para futuras ocasiones pudiera ser que se elabore una página web que funcione como biblioteca digital y acceso a otros insumos como canciones de los artistas y videoclips ya que, *Facebook* no permite la creación de una biblioteca de acceso rápido, y que esta misma ayude a personas más cercanas a la música, cómo otros artistas musicales en vulnerabilidad económica que tengan esta actividad como ocio, para que se los llame a través de clases virtuales de instrumento junto a los artistas de la comunidad, esta experiencia más educativa pudiera unificar la mirada cultural y social que busca un Proyecto de Aplicación Profesional.

Y finalmente, la recomendación más grande sería que la próxima edición o ejecutores del proyecto Jala La Oreja comiencen con la investigación al grupo objetivo para que sus ideas y actividades de marco lógico puedan ser soportadas por la investigación y estén relacionadas directamente a los problemas que se desea resolver.

6. Referencias bibliográficas

6.1 Informes técnicos y de investigación:

- Arias, R. (2016). *Perspectiva de la difusión de la Música Independiente: Caso Plan Arteria*. Recuperado de: <http://192.188.52.94/bitstream/3317/3113/1/T-UCSG-PRE-ART-IPM-65.pdf>
- Tomalá, M. (2014). Estudio de la incidencia de la música rock en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil, y el desarrollo de una aplicación móvil para su difusión. Recuperado de: <http://192.188.52.94/bitstream/3317/3113/1/T-UCSG-PRE-ART-IPM-65.pdf>

- Jaime, K. (2015). Análisis de la producción musical ecuatoriana, que se transmite en los canales de televisión de la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8681/1/TESIS%20KATHY%20JAIME.pdf>
- Segarra, J. (2011). Estancamiento de la industria musical en Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1801/1/Jos%c3%a9%20Segarra%20-%20Estancamiento%20de%20la%20Industria%20Musical%20en%20Guay.pdf>
- Zambrano, K y Zambrano, A. (2019). Análisis de la producción audiovisual cultural educativa de los procesos formativos de las carreras de periodismo y comunicación social en la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/41566/1/An%c3%a1lisis%20de%20la%20Oproducci%c3%b3n%20audiovisual%20cultural%20educativa%20de%20los%20procesos%20formativos%20.pdf>
- Bourne, C (2011). Análisis de aumento de los programas de TV de crónica roja en Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/229/1/TESIS%20-%20Carlos%20Bourne%20Gastezzi.pdf>
- Gurumendi, O. (2018). Influencia de las estrategias publicitarias utilizadas en el evento artístico Música en La Perla como aporte al desarrollo cultural de la ciudad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2207/1/T-ULVR-2005.pdf>
- Wilches, T. (2016). Influencia del nivel socioeconómico en las preferencias musicales de los jóvenes en la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://192.188.52.94/bitstream/3317/5581/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-156.pdf>

- Criollo, B. y Lainez, E. (2018). Diseño de estrategias de branding para el grupo de rock Kuacke en la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29914/1/CRIOLLO%20BRUNO%20Y%20LAINEZ%20EVELYN.pdf>
- Miranda, H. (2020). Estudio comunicacional del rock como música nacional y la generación de identidad musical en la universidad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45094/1/Estudio%20comunicacional%20del%20Rock%20como%20m%C3%basica%20nacional%20y%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20Identidad%20Musical%20en%20la%20Universidad%20de%20Guayaquil.pdf>
- Loja, A. (2019). Diseño de libro sobre músicos emergentes de la escena independiente de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12858/1/T-UCSG-PRE-ARQ-CGGP-103.pdf>
- Recalde, D. (2015). El proceso cronológico e histórico del surgimiento de la "música alternativa" en el Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2159>
- Suárez, A. (2015). Identidad visual corporativa para empresa Importadora MegaRepuestos. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3382/1/T-UCE-0009-289.pdf>

6.2 Foros en internet

- Puig, C. (2017). Cómo crear un brand manifesto. Recuperado de:
<http://branward.com/branderstand/como-crear-un-brand-manifesto/>

- Walternett. (23 de febrero de 2012). El manifiesto creativo. Recuperado de <http://walternett.blogspot.com/2012/02/el-manifiesto-creativo.html>
- Joan (5 de marzo de 2018) Momentos en la Música: el arte perdido de los manifiestos musicales. Recuperado de: <https://blog.landr.com/es/manifiestos-musicales/>
- Espinel, R. (2019). El blog de Ricardo Espinal. Recuperado de: <http://www.escenariorock.com/magazine/noticias/una-radio-de-verdad/>
- Naming: la importancia de un buen nombre para nuestra estrategia de branding. Recuperado de: <https://www.maldon.es/blog/naming-estrategia-branding/>
- Harada, E. (s.f.). Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica. Recuperado de: [http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_imagotipos_e_isologos_\(e.pdf](http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/157/Logotipos,_isotipos,_imagotipos_e_isologos_(e.pdf)

6.3 Periódicos online:

- Helmut, J. (14 de junio del 2009) Primeras bandas de rock en el país fueron guayaquileñas. *Diario El Universo*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/2009/06/14/1/1378/954D261867FD4294A1FB7CA0236E4EE1.html>
- (22 de mayo de 2019) El musimuestras amplía requisitos para la selección. *Diario El Telégrafo*. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/musimuestras-franciscoteran-musicapopularnacional>
- Noboa, A. (10 de octubre del 2014) La música nacional, entre el apoyo y el perfeccionismo. *Diario El Comercio*. Recuperado de:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/musica-nacional-apoyo-proteccionismo-ecuador.html>

- Sandoval, C. (15 de abril del 2015) Facebook es la red social más utilizada en el Ecuador y no tiene competencia. Recuperado de:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/facebook-redessociales-ecuador-inec-usuarios.html>
- (22 de noviembre del 2017) La diversidad sonora y la frágil industria musical conviven en Ecuador. Periódico La República. Recuperado de:
<https://www.larepublica.ec/blog/2017/11/22/la-diversidad-sonora-y-la-fragil-industria-musical-conviven-en-ecuador/>

6.4 Revista:

- Idrovo Zambrano, R. (2017). Audio Branding: Aplicación de la música, la voz y los sonidos como herramientas de comunicación corporativa. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, 15, 47-57. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/72598/A4_Idrovo-Audio-Branding-Aplicacion-de-la-musica-la-voz-y-los-sonidos-como-herramientas-de-comunicacion-corporativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gomez, L. y Montero, X. (S.F) A la industria musical todavía le hace falta ritmo. Revista Líderes. Recuperado de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-musical-todavia-le-falta.html>

6.5 Libros, libros de consulta y capítulos de libros

- Gallo, C (2010) *Los secretos de presentación de Steve Jobs*. Recuperado de: <http://www.presensatie.nl/wp-content/uploads/2014/08/Presentation-Secrets-Of-Steve-Jobs.pdf>
- Camacho, H. y Cámara, L. y Cascante, R y Sainz, H. (2001). *El Enfoque del marco lógico: 10 casos prácticos*. Recuperado de: https://www.olacefs.com/wp-content/uploads/2014/07/DOC_27_8_2013_Enfoque_Marco_Logico_EML_10_casos.pdf
- Neumann, R. (2013). *Rock y Pop: Bienvenidos a Ecuador*. Guayaquil: Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Honanther, E.L. (2010). *The complete film production handbook*. Taylor & Francis.
- Bassat, L (1992). *El libro rojo de la publicidad*. De Bolsillo
- Barry, P (2016) *The Advertising Concept Book*. Thames & Hudson

6.6 Medios audiovisuales:

- Muñoz, R. (Conductor). (2012). En Ecuador TV. (Productor), *La Caja De Pandora*. Ecuador: Televisión Pública. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=b-AhrGfux7Y&t=3s>
- Zurita, X. y Martín, E. (Productor) y Villacreces, R (Director). (2018). *Espíritu del 98 - La historia de Unión Punk - Documental*. [Documental]. Ecuador: No hay final producciones y Martín - Zurita Studio.

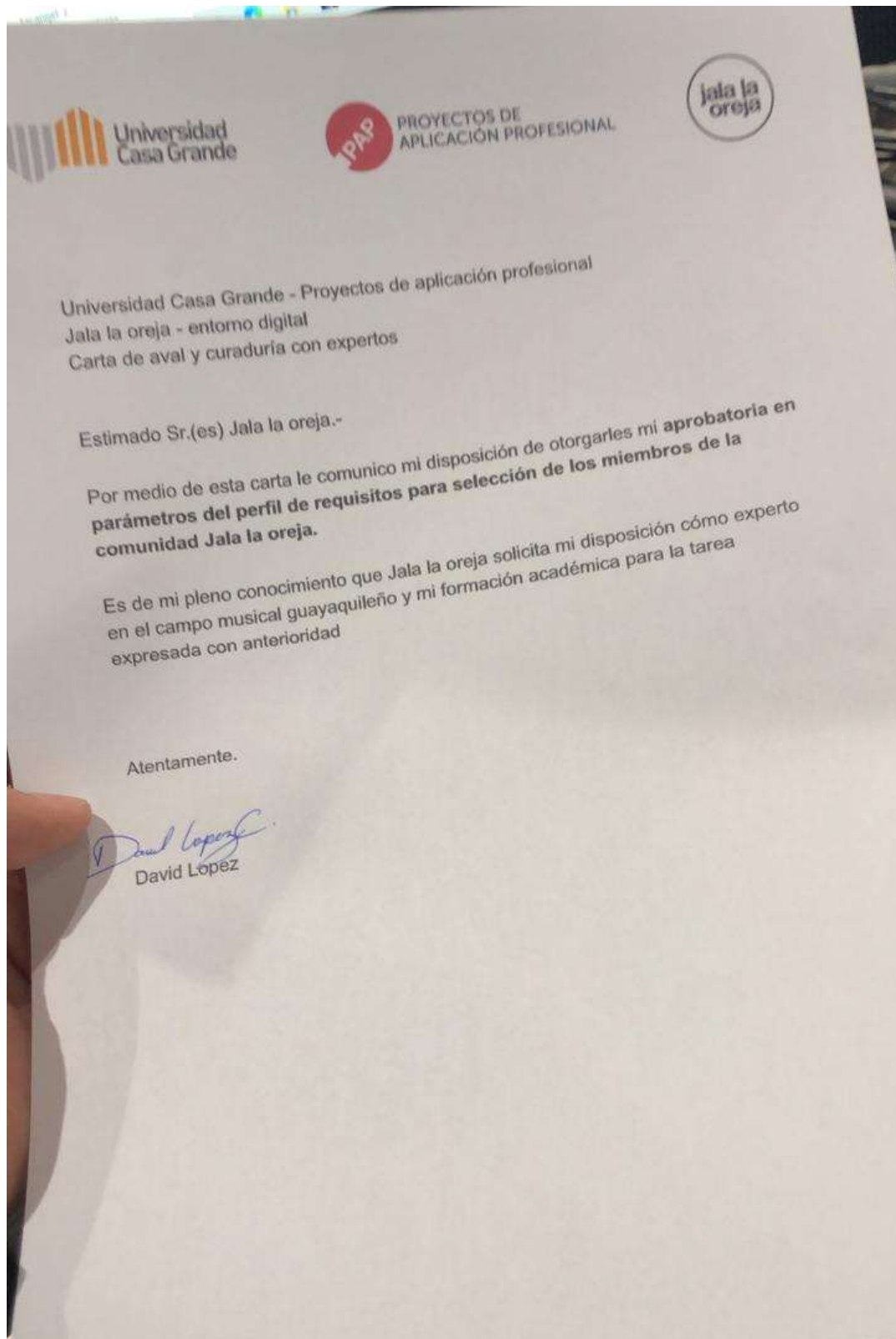
- Loor, M., y Ruiz, C. (19 de enero del 2019) Ecuador, Pop y Rock N' Roll: episodio 1.
[Audio en podcast] Recuperado de: <https://radiococoa.com/RC/ecuador-pop-y-rock-n-roll/>

6.7 Comunicaciones personales:

- O. Dimitrakis (comunicación personal, 16 de julio de 2020)
- T. Reyes (comunicación personal, de febrero de 2017)

7. Anexos

7.1 Carta aval para curaduría de artistas



7.2 Evaluación gráfica

	Apple Music	Amazon Music	Bandcamp	Napster	Claro Música	Deezer
Tyrone		1			1	1
Angie					1	
Natasha	1				1	
Daniella	1				1	
Elisa	1				1	
Christian	1				1	
Ricardo	1					
Jordy	1				1	1
Carlos	1				1	
Rafael	1	1		1		1
Doménica	1					
Rafaella	1	1				
Alfonso	1	1			1	1
TOTAL	11	4	0	1	9	4

Sección 1; pt. 1 tabla de resultados

	Google Play Music	Pandora	Spotify	Soundcloud	Tidal	YouTube Music
Tyrone			1	1		1
Angie			1			
Natasha			1			1
Daniella	1		1	1		1
Elisa	1		1			1
Christian	1		1	1		1
Ricardo			1	1		1
Jordy	1		1	1		1
Carlos	1		1	1		1
Rafael	1	1	1	1		1
Doménica	1		1	1		1
Rafaella		1	1	1		1
Alfonso	1		1			1
TOTAL	8	2	13	9	0	12

Sección 1; pt. 2 tabla de resultados



Sección 1; Logos de plataformas de música

A	Te gusta mucho
B	Te gusta
C	Te da igual
D	Te disgusta
E	Te disgusta mucho

Sección 2; tabla de escala de valores

# Imagen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Tyrone	C	D	D	B	B	B	D	B	C	D	A	D	C	B
Angie	C	B	D	B	B	B	D	B	B	B	C	B	D	B
Natasha	C	C	A	C	B	C	C	C	C	A	C	C	A	C
Daniella	B	C	C	C	C	A	B	D	A	D	C	C	A	C
Elisa	B	C	D	B	B	A	B	C	B	B	C	D	A	C
Christian	B	C	D	A	D	B	B	B	B	C	B	C	B	C
Ricardo	B	D	C	C	D	B	B	C	B	C	C	C	B	C
Jordy	B	D	D	C	C	E	C	C	D	C	C	C	B	C
Carlos	D	E	D	C	E	B	B	B	A	C	A	D	B	C
Alfonso	C	D	B	C	D	D	C	C	B	B	B	B	C	C
Rafael	C	A	C	B	D	C	B	C	A	C	A	E	C	C
Doménica	C	D	D	C	D	C	C	B	C	D	B	C	D	C
Rafaella	C	A	C	A	B	A	A	A	C	A	C	C	A	D

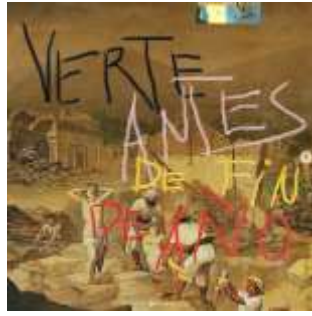
Sección 2; tabla de respuestas

# Imagen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
A		2	1	2		3	1	1	3	2	3		4	
B	5	1	1	4	5	5	6	5	5	3	3	2	4	2
C	7	4	4	7	2	3	4	6	4	5	7	7	3	10
D	1	5	7		5	1	2	1	1	3		3	2	1
E		1			1	1						1		

Sección 2; tabla de resultados



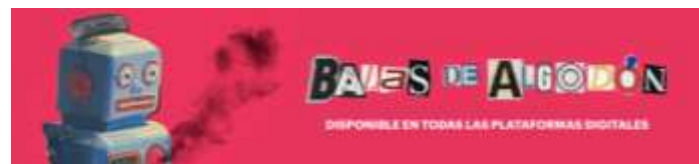
Sección 2; Imagen #1



Sección 2; Imagen #2



Sección 2; Imagen #3



Sección 2; Imagen #4



Sección 2; Imagen #5



Sección 2; Imagen #6



Sección 2; Imagen #7



Sección 2; Imagen #8



Sección 2; Imagen #9



Sección 2; Imagen #10



Sección 2; Imagen #11



Sección 2; Imagen #12



Sección 2; Imagen #13



Sección 2; Imagen #14

# Imagen	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Tyrone	1	1		1				1	1
Angie	1			1		1			1
Natasha		1		1		1		1	
Daniella	1			1					
Elisa	1	1		1		1		1	1
Christian	1	1		1				1	1
Ricardo	1	1		1	1			1	
Jordy	1	1		1	1	1			1
Carlos	1	1		1	1	1		1	
Alfonso	1			1		1			
Rafael	1			1	1	1	1		1
Doménica	1			1		1			1
Rafaella	1			1					1
TOTAL	12	7	0	13	4	8	1	6	8

Sección 3; tabla de resultados



Sección 3; Imagen #1



Sección 3; Imagen #2



Sección 3; Imagen #3



Sección 3; Imagen #4



Sección 3; Imagen #5



Sección 3; Imagen #6



Sección 3; Imagen #7



Sección 3; Imagen #8



Sección 3; Imagen #9

7.2.1 Creación de Identidad



**JALA LA
OREJA** 

**JALA
OREJA**

**JALA LA
OREJA** 

**JALA
OREJA**

**JALA LA
OREJA** 

**JALA la
OREJA**

**JALA LA
OREJA**

**J^A
L^A
A
LA
ORE
JA**

ConceptBoard

CONCEPTO - DETALLES

EDUCACION MUSICAL - PROYECTO QUE AYUDA A LA MUSICA
Lo que vale la pena dentro de la cultura guayaquileña

- escuela guayaquileña en ser sabrosa.
- nada del balón de tenis, ni de trip calle.
- galanes con Flamichaica, Santa Cruz tramo del grito.
- Inmundoiplo
- cochinero guayaquileño
- brisa del puerto
- Que se sea serio por ser canadiario
- sentir lo informativoacadémico, sentir que trata de un sector.

"Sale la Dreje"

- obra amañada

Jorge dice que es una llamada de atención a la sociedad guayaquileña, una llamada de atención, te jeta a que escuchen y pases bola.

"Sakalavato ty" "párese bola" (sáng guayaquileño).

Swain dijo que nada parecido a los lugares de los festivales que ya se han hecho. Que no pareciera que pertenecían a: fiesta local, festivalito, parlame bola, wanka beat, El descanso, plaza stano, sica el diablo.

Canciones de referencia
Ricardo pita - canción por el resto de mis días
La cacañón - (balm bad bunny
tous michi - bofazo parties
light my fire - the doors
guayaquil city - nicolás bacabio
cactus gamarra al principio
micholino sobre
nichosarios

Tiny desk
a folk every show
abbey road
BC Radio

REFERENCIAS GRÁFICAS



COLORES



EFFECTOS VISUALES



NOs



Logotipo

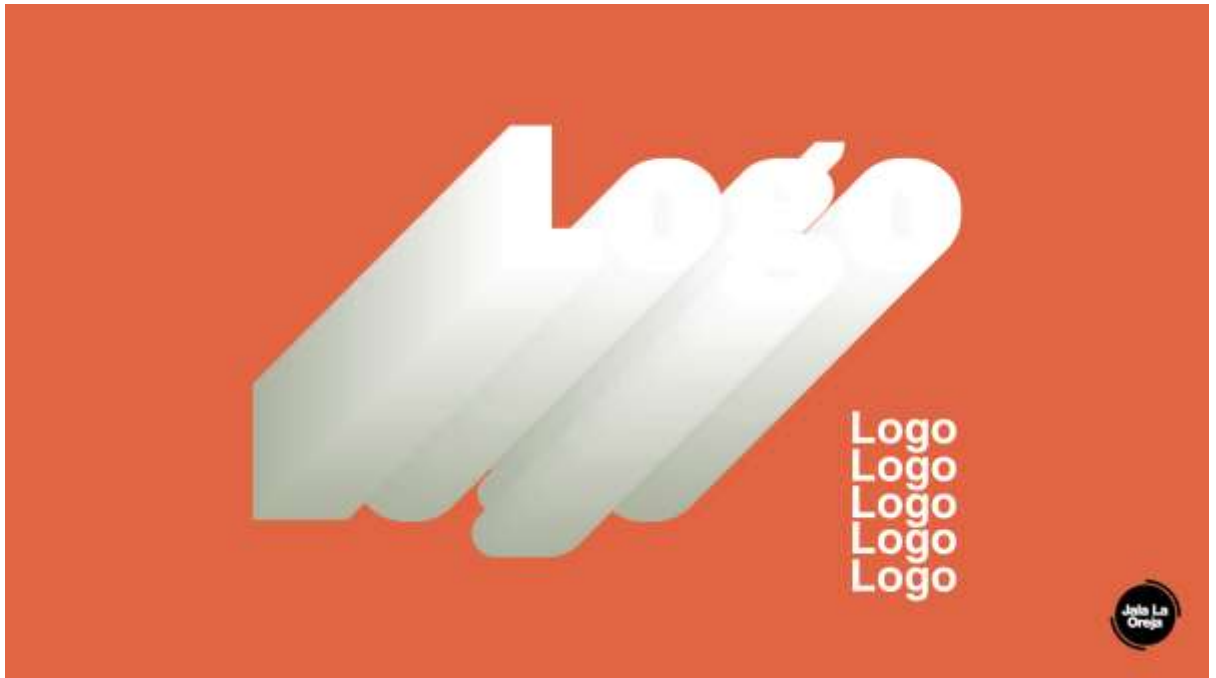


Manual de Marca



En este manual se proveen los parámetros y lineamientos de **Jala la Oreja**; una marca limpia, sofisticada pero con un toque femenino y moderna.

Se encontrarán detalladamente las maneras correctas de aplicar la tipografía, el color, el logo y los elementos gráficos para mantener una consistencia en la marca.



**Logo / Aplicación
Primaria**

Manual de Marca. Logo

Priorizar esta aplicación cuando el logo se utilizará como protagonista, es decir, cuando se lo reproducirá en escalas más grandes. También cuando el fondo favorezca su uso, considerando que la burbuja es transparente y el fondo podría dañar su legibilidad.



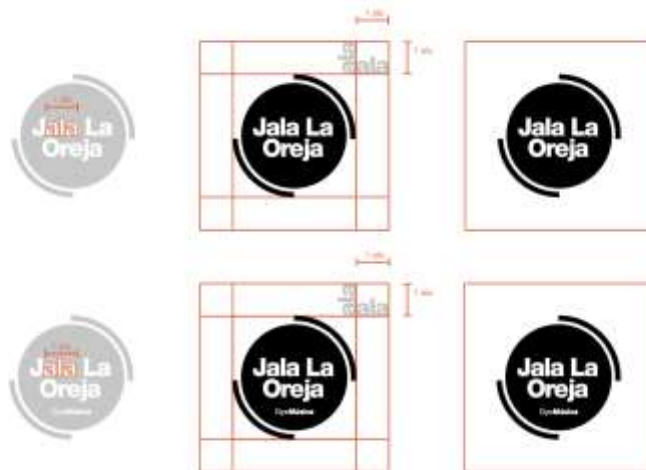
Logo / Aplicación Secundaria

Priorizar esta aplicación cuando se reproducirá el logo en dimensiones o espacios pequeños. Contraste color de burbuja con fondo siempre. Considerar su utilización cuando el fondo no favorezca para la aplicación del logo principal, como en el ejemplo de a continuación.



Área de protección

Ningún elemento, ya sea texto, imagen, gráfico, logo, debe violar el área de protección del logo jala la oreja. La medida 'x' corresponde a la distancia entre las sílabas "ala" que se encuentran dentro del logo.



Convivencia con marca UCG y PAP: Forma 1

Ningún elemento tipográfico u otro logotipo debe violar el área de protección del logo jala la oreja. La medida 1x corresponde a la distancia entre las sílabas "jala" que se encuentran dentro del logo.



Área de protección

Ningún elemento tipográfico u otro logotipo debe violar el área de protección del logo jala la oreja. La medida 1x corresponde a la distancia entre las sílabas "jala" que se encuentran dentro del logo.



Tamaños mínimos de reproducción

Impresión
40 x 40 mm



Digital
140 x 140 px



Impresión
25 x 25 mm

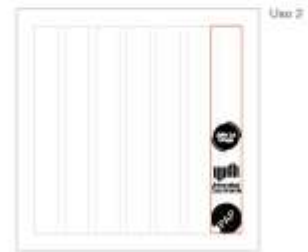


Digital
45 x 45 px



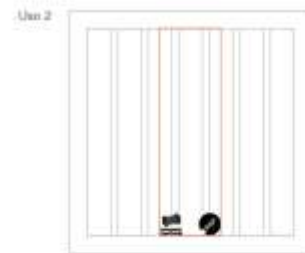
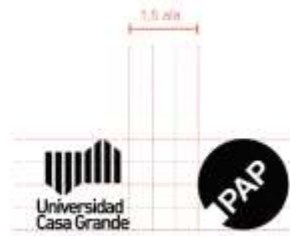
Convivencia con marca UCG y PAP: Forma 2

Ningún elemento tipográfico u otro logotipo debe violar el área de protección del logo Jala La Oreja. La medida 1x corresponde a la distancia entre las sílabas "jala" que se encuentran dentro del logo.



Convivencia con marca UCG y PAP: Separados

Ningún elemento tipográfico u otro logotipo debe violar el área de protección del logo Jala La Oreja. La medida 1x corresponde a la distancia entre las sílabas "jala" que se encuentran dentro del logo.



Usos no permitidos

No aplicar el logo de alguna de las formas mostradas a continuación.



No deformar el logo.



No cambiar las proporciones en los elementos del logo.



No girar el logo.



Quitar la legibilidad del logo.



No utilizar el logo sin la burbuja.



No cambiar las proporciones en los elementos del logo.



Configuración del Color

Para trabajar la gráfica de Jala La Oreja y mantener consistencia en la gráfica, se recomienda configurar los colores en los programas de Adobe de la forma que se muestra a continuación:

North America General Prupose 2 CMYK: U.S. Web Coated (SWOP) v2 RGB: sRGB IEC61966-2.1



<p>C: 0 M: 33 Y: 33 K: 0</p> <p>R: 233 G: 177 B: 42</p> <p>#fca107</p>	<p>#FCD9A7</p>	
<p>C: 0 M: 19 Y: 36 K: 0</p> <p>R: 203 G: 85 B: 41</p> <p>#fc5c31</p>	<p>#FF947B</p>	
<p>C: 63 M: 14 Y: 28 K: 0</p> <p>R: 127 G: 179 B: 174</p> <p>#8ab1b1</p>	<p>#B5F4F2</p>	
<p>C: 86 M: 64 Y: 43 K: 39</p> <p>R: 34 G: 36 B: 60</p> <p>#354a60</p>	<p>#44AED8</p>	
<p>C: 34 M: 22 Y: 30 K: 0</p> <p>R: 201 G: 181 B: 168</p> <p>#adb29b</p>	<p>#DDEFB1</p>	
<p>#000000</p>	<p>#ffffff</p>	<p>#d3d3d3</p>

Tipografía



Tipografías

Manual de Marca. Tipografía

Usar
para textos /
párrafos

Helvetica LT STD Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0987654321

Usar para
destacar textos /
texto principal

Helvetica LT STD Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0987654321

Usar
para títulos

Chivo Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0987654321

Usar para
instrucciones /
links

Chivo Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0987654321



Tipografías:
Muestra 1

> Link / instrucciones
Chivo Bold Italic

> Títulos grandes
Chivo Black

> Quote / subtítulo
Helvetica LT Std Bold

> Párrafo
Helvetica LT Std Light

> Destacar texto
Helvetica LT Std Bold

Apilata aquí

Títulos

“En Bold para quotes o para usar en subtítulos”

Aquí Textos aquí párrafo dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem ipsum has been the industry's standard dummy text ever **en Bold para resaltar en textos** when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

No usar todos los caracteres en mayúscula



Tipografías:
Muestra 2

> Título
Chivo Black

> Texto principal
Helvetica LT Std Bold

> Párrafo
Helvetica LT Std Light

Tipografía
Puede variar la tipografía con el color de transparencia

La retícula puede dividirse según la necesidad

Una misma paleta de selección. Las retículas proporcionadas permiten que las piezas gráficas de Jala la Oreja tengan coherencia y seguir una misma paleta.

Una misma paleta de selección. Las retículas proporcionadas permiten que las piezas gráficas de Jala la Oreja tengan coherencia y seguir una misma paleta.

Una misma paleta de selección. Las retículas proporcionadas permiten que las piezas gráficas de Jala la Oreja tengan coherencia y seguir una misma paleta.

Una misma paleta de selección. Las retículas proporcionadas permiten que las piezas gráficas de Jala la Oreja tengan coherencia y seguir una misma paleta.

05/08 — 09/08

www.jalalaoreja.com
@jalalaoreja.ec

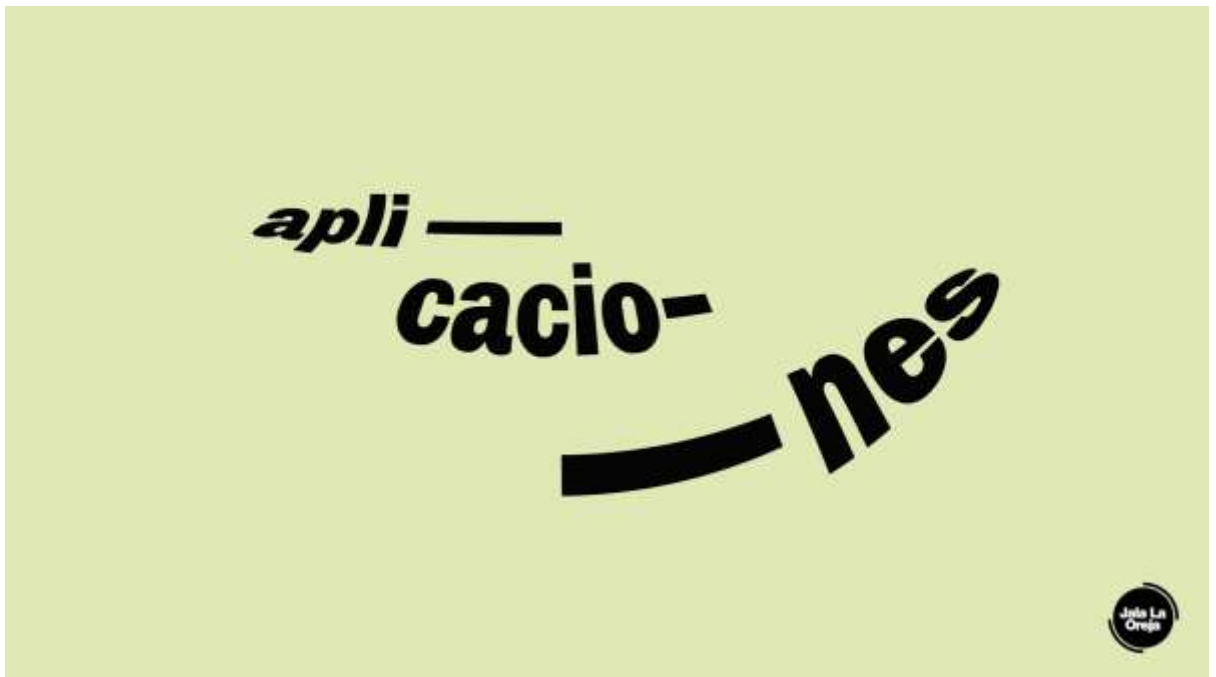
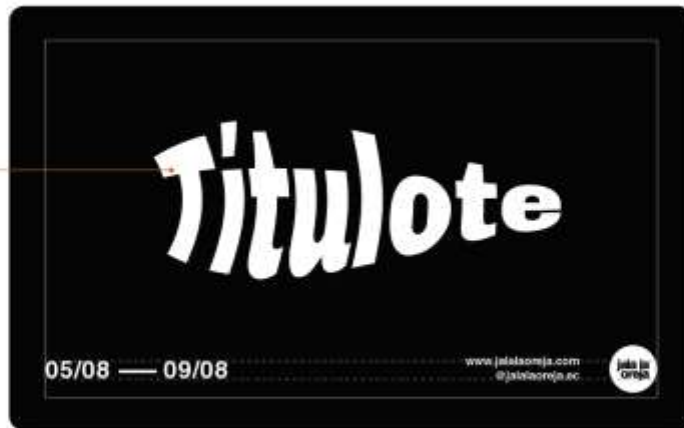
Importante
Helvetica LT Std Bold

Dirección
Helvetica LT Std Bold

más info: www.jalalaoreja.ec



Tipografía
Puedes trabajar las
tipografías con ideas
de deformación.



Aplicaciones:
Formato post
1080 x 1080 px

Las rejículas proporcionadas
permiten que las piezas
gráficas de Jala la Oreja
tengan coherencia y sigan
unos mismos parámetros.



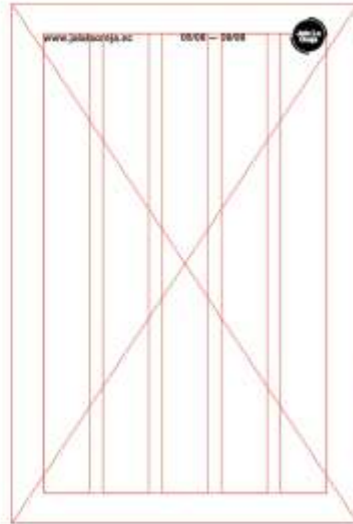
*Filtros
Español
Modo Lector: Multipágina
Opacidad: 60%



*Filtros
Español
Modo Lector: Multipágina
Opacidad: 60%



Aplicaciones:
Formato vertical /
poster 1 y 2



Aplicaciones:
Formato banner web

Manual de Marca



Maquetación:
Formato vertical /
poster 3



*La retícula puede dividirse según la necesidad



Color
Pueden trabajar con degradados, utilizando la paleta de colores de Jala la Oreja



Aplicaciones:
Formato horizontal


Manual de Marca



Fotos
Pueden trabajar con imágenes horizontales, utilizando la paleta de colores de Jala la Oreja




7.3 Transmisión del evento



Jala La Oreja transmitió en vivo.

Publicado por Evelyn Nieto · 15 de septiembre a las 16:36 ·



Evento - Firma de Convenio

37:26

✔ **Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido**

Si promocionas esta publicación, se mostrará a más personas.

2.487

Personas alcanzadas

1.079

Interacciones

Promocionar publicación

👍 ❤️ 👏 🗨️ **59**

60 comentarios
22 veces compartido

Rendimiento de tu publicación

2.487 Personas alcanzadas

984 Reproducciones de video de 3 segundos

819 Reacciones, comentarios y veces que se compartió

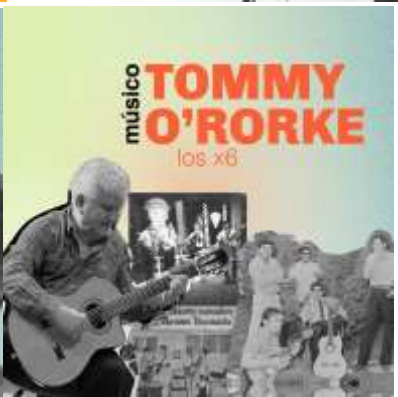
567 👍 Me gusta	541 En publicación	26 En contenido compartido
459 ❤️ Me encanta	452 En publicación	7 En contenido compartido
16 👏 Me divierte	16 En publicación	0 En contenido compartido
64 Comentarios	63 En publicación	1 En contenido compartido
22 Veces que se compartió	22 En publicación	0 En contenido compartido

260 Clics en publicaciones

7.4 Diseños y contenidos visuales educomunicacionales de proyecto y publicaciones de difusión del evento de firma de convenio

Posts





Jala La Oreja

músico **SEBAS PERALTA**
solista

músico **RUBÉN BURGOS**
solista

músico **BERNARDO REYES**
ingeniero de sonido

músico **BRYAN CUADRADO**
productor

músico **DANIEL BERMUDEZ**
el gusto de la nada

UN PROYECTO DE:

Universidad Casa Grande

PAP

STEVIE NICKS
THE GYPSY QUEEN

Canção, romantismo e melódica sensibilidade.

Integrante do grupo feminino Fleetwood Mac, se destacou por se tornar a primeira mulher a receber o prêmio Grammy de melhor artista solo em um álbum de estúdio.

Nascimento: 29 de maio de 1948, em Los Angeles, Califórnia, Estados Unidos.

Estilo musical mais popular: Rock.

PT1

JANIS JOPLIN

THE QUEEN OF PSYCHEDELIC SOUL

Cantante y compositora estadounidense.

Símbolo del feminismo de la década de los 60. Fue la primera mujer en ser reconocida como artista del rock and roll.

Estilo: Rock psicodélico, hard rock, blues rock, soul.

Canción más popular: "Piece of my heart".

PATTI SMITH

GOODMOTHER OF PUNK

Cantante, compositora y poeta estadounidense.

Revolucionó la forma de escribir canciones para rock con su álbum "Horses" (1975). Fue la primera mujer y la primera cantante en usar botas de charol.

Estilo: Punk rock, rock, blues rock.

Canción más popular: "Dancing Queen" (compuesta por ella y Bruce Springsteen).



GRACE Slick

THE CHROME MUM

Cantante y compositora estadounidense.

Una de las voces destacadas del rock de la época 1970. Conocida por sus voces del movimiento hippie. Fue parte de Jefferson Airplane, banda pionera del rock psicodélico.

Estilo: Rock psicodélico, acid rock, hard rock, blues rock.

Canción más popular: "Somebody to Watch" y "Whole Lotta Love".

SUZI QUATRO

SUZI Q

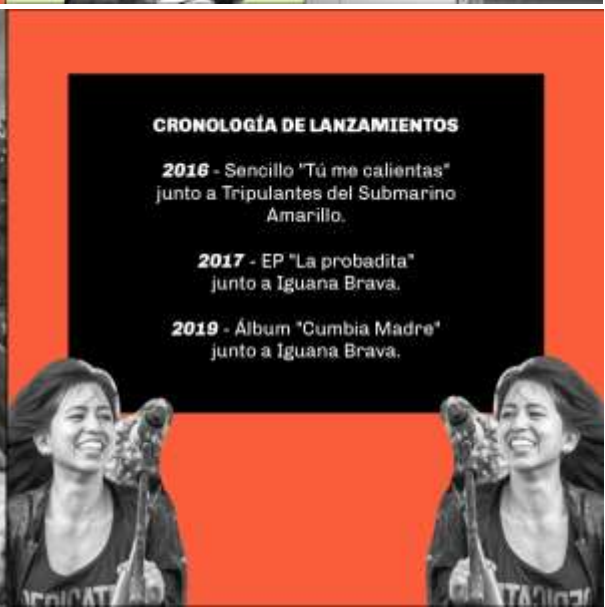
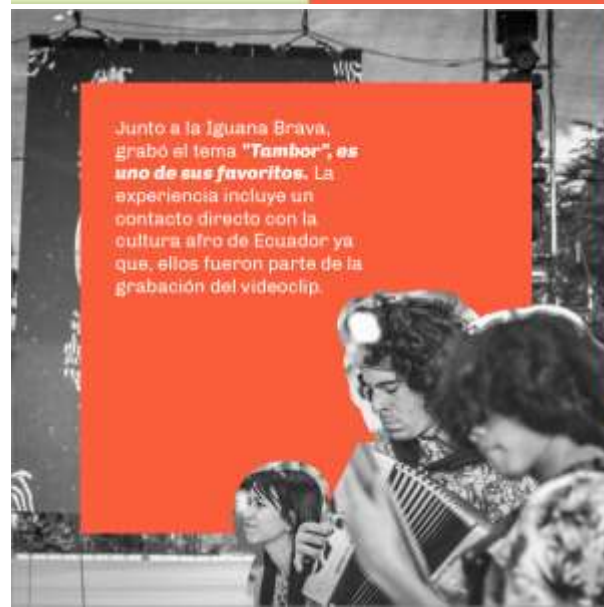
Cantante, compositora, actriz, presentadora de radio y artista televisiva estadounidense.

Conocida por ser la primera mujer en usar maquillaje en el escenario del género rock. Lanzó 10 álbumes en su carrera y 11 películas.

Estilo: Hard rock, rock, glam rock.

Canción más popular: "Can't Get Next Door" y "Dammit".



El video tiene como propósito hacer llegar el contenido de los artistas y productores a un público más amplio y generar conciencia.

El proyecto busca crear un canal de difusión que permita a los artistas y productores tener un espacio propio y generar conciencia.

EGY ha buscado alentar a artistas de Manizales, Pereira, Cúcuta, Leticia, Santa Teresita, Anicaco y Quibdó.

En una gira nacional, la agrupación interactuó con los artistas y actuó en vivo.

La producción busca crear un canal de difusión que permita a los artistas y productores tener un espacio propio y generar conciencia.

La producción busca crear un canal de difusión que permita a los artistas y productores tener un espacio propio y generar conciencia.

El videoclip es importante para la banda, durante todo el video tiene un narrador externo.

Calicut

Este concepto rompe la pared de un video clip, intentando interactuar con la audiencia y receptores.

CROMOLOGÍA DE LANZAMIENTOS

2014 - ARCHIPIELAGO 3.0
2018 - JALEA
2019 - DAGA

Positivo, Mijalón

PAT BENATAR
THE QUEEN OF ROCK 'N' ROLL

Debutó en 1976 con el álbum 'I Wanna Be a Star'.

Discografía: 'I Wanna Be a Star' (1976), 'Crash' (1977), 'Live Through This' (1984), 'Anthem' (1987), 'Pat Benatar' (1990), 'The Real Thing' (1992), 'The Real Thing II' (1994), 'The Real Thing III' (1996), 'The Real Thing IV' (1998), 'The Real Thing V' (2000), 'The Real Thing VI' (2002), 'The Real Thing VII' (2004), 'The Real Thing VIII' (2006), 'The Real Thing IX' (2008), 'The Real Thing X' (2010), 'The Real Thing XI' (2012), 'The Real Thing XII' (2014), 'The Real Thing XIII' (2016), 'The Real Thing XIV' (2018), 'The Real Thing XV' (2020).

DEBBIE HARRY
BLONDIE

Debutó en 1976 con el álbum 'Blondie & The Runaways'.

Discografía: 'Blondie & The Runaways' (1976), 'Blondie' (1978), 'Blondie' (1980), 'Blondie' (1982), 'Blondie' (1984), 'Blondie' (1986), 'Blondie' (1988), 'Blondie' (1990), 'Blondie' (1992), 'Blondie' (1994), 'Blondie' (1996), 'Blondie' (1998), 'Blondie' (2000), 'Blondie' (2002), 'Blondie' (2004), 'Blondie' (2006), 'Blondie' (2008), 'Blondie' (2010), 'Blondie' (2012), 'Blondie' (2014), 'Blondie' (2016), 'Blondie' (2018), 'Blondie' (2020).

JOAN JETT
THE ORIGINAL ROXY BARKER

Debutó en 1980 con el álbum 'Bad Reputation'.

Discografía: 'Bad Reputation' (1980), 'Bad Reputation' (1982), 'Bad Reputation' (1984), 'Bad Reputation' (1986), 'Bad Reputation' (1988), 'Bad Reputation' (1990), 'Bad Reputation' (1992), 'Bad Reputation' (1994), 'Bad Reputation' (1996), 'Bad Reputation' (1998), 'Bad Reputation' (2000), 'Bad Reputation' (2002), 'Bad Reputation' (2004), 'Bad Reputation' (2006), 'Bad Reputation' (2008), 'Bad Reputation' (2010), 'Bad Reputation' (2012), 'Bad Reputation' (2014), 'Bad Reputation' (2016), 'Bad Reputation' (2018), 'Bad Reputation' (2020).

NANCY Y ANN WILSON
HEART

Debutó en 1975 con el álbum 'Lovesong'.

Discografía: 'Lovesong' (1975), 'Lovesong' (1977), 'Lovesong' (1979), 'Lovesong' (1981), 'Lovesong' (1983), 'Lovesong' (1985), 'Lovesong' (1987), 'Lovesong' (1989), 'Lovesong' (1991), 'Lovesong' (1993), 'Lovesong' (1995), 'Lovesong' (1997), 'Lovesong' (1999), 'Lovesong' (2001), 'Lovesong' (2003), 'Lovesong' (2005), 'Lovesong' (2007), 'Lovesong' (2009), 'Lovesong' (2011), 'Lovesong' (2013), 'Lovesong' (2015), 'Lovesong' (2017), 'Lovesong' (2019), 'Lovesong' (2021).

LITA FORD
BLACK WIDOW

Debutó en 1973 con el álbum 'Lita Ford'.

Discografía: 'Lita Ford' (1973), 'Lita Ford' (1975), 'Lita Ford' (1977), 'Lita Ford' (1979), 'Lita Ford' (1981), 'Lita Ford' (1983), 'Lita Ford' (1985), 'Lita Ford' (1987), 'Lita Ford' (1989), 'Lita Ford' (1991), 'Lita Ford' (1993), 'Lita Ford' (1995), 'Lita Ford' (1997), 'Lita Ford' (1999), 'Lita Ford' (2001), 'Lita Ford' (2003), 'Lita Ford' (2005), 'Lita Ford' (2007), 'Lita Ford' (2009), 'Lita Ford' (2011), 'Lita Ford' (2013), 'Lita Ford' (2015), 'Lita Ford' (2017), 'Lita Ford' (2019), 'Lita Ford' (2021).

CHRISSTIE HYNDE
THE PRETENDERS

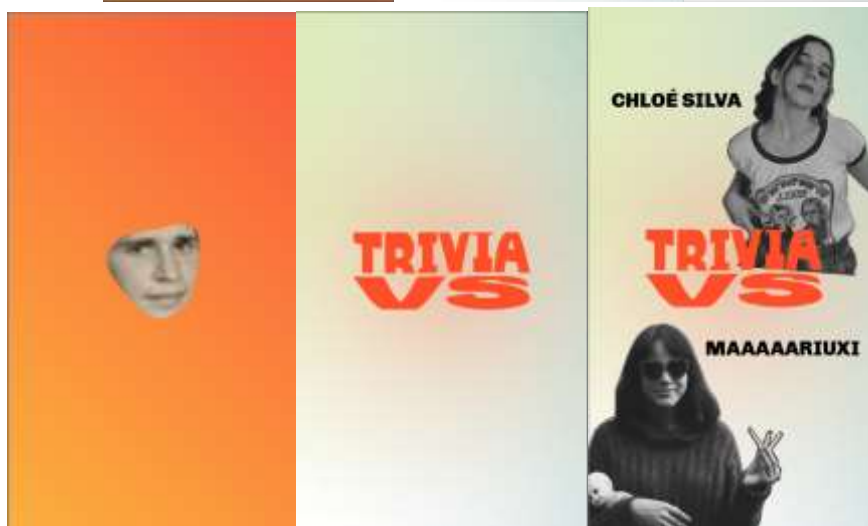
Debutó en 1977 con el álbum 'The Pretenders'.

Discografía: 'The Pretenders' (1977), 'The Pretenders' (1979), 'The Pretenders' (1981), 'The Pretenders' (1983), 'The Pretenders' (1985), 'The Pretenders' (1987), 'The Pretenders' (1989), 'The Pretenders' (1991), 'The Pretenders' (1993), 'The Pretenders' (1995), 'The Pretenders' (1997), 'The Pretenders' (1999), 'The Pretenders' (2001), 'The Pretenders' (2003), 'The Pretenders' (2005), 'The Pretenders' (2007), 'The Pretenders' (2009), 'The Pretenders' (2011), 'The Pretenders' (2013), 'The Pretenders' (2015), 'The Pretenders' (2017), 'The Pretenders' (2019), 'The Pretenders' (2021).

#GRL PWR



Stories



Cronopost

Plantilla Base

	CATEGORÍAS						
	OFERTA MUSICAL MADE IN ECUADOR	EDUCATIVO & ROCK	PLAYLISTS	POSTS HISTORIOGRÁFICOS	ANUNCIO PAUTA		
	INTERACCIÓN	LIVES / WEBINARS / TALLERES / COVERS	PRENSA/MEDIOS	COMUNIDAD	ENTRETENIMIENTO		
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
IC/FB							
Story IG							
Caption							
Call to Action							
Hashtags							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
IC/FB							
Story IG							
Caption							
Call to Action							
Hashtags							
	DOMINGO	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
IC/FB							
Story IG							
Caption							
Call to Action							
Hashtags							

Septiembre

	lunes 31 agosto	lunes 31 agosto	martes 1 sept	miércoles 2 sept	Jueves 3 sept	viernes 4 sept	sábado 5 sept
IG/FB	¿Quié es el rock de Guayaquil?	Audiólogo, quié es Jala la Oreja	Expectativa/Realidad ¿Quié es el rock?	¿Quié es el rock para tí?	#OrcaFact Societarios en Guayaquil		
Story IG	Audiólogo	Audiólogo					3 bares de rock en Guayaquil
Caption	¿Rock en Guayaquil? ¡¡¡CLARO QUE EXISTE!!!	Jala la Oreja es una comunidad de artistas, productores musicales, gestores, sellos discográficos, fans, músicos, suades y más... Este entorno digital neuronal, respondí y hará visible el campo musical guayaquileño incidiendo por el género rock 🎸🎤	#OrcaDeRockGuayaquiléñe ¿Quié es el rock? Muchos dicen que el rock es "un ruido" pero... un ruido es MOL ESTOSO! Después de esto, jalon de ondas, te decimos el verdadero significado del rock: si es un ruido pero es un ruido lleno de energía, cargado de emociones y libertad, un loro de guitarra nunca será un ruido molesto.	#TestSorpres ¿Hey amigo rockero! ¿Quié es EL ROCK para tí? ¿ Quié piensas? Cuérranos en los comentarios, la mejor respuesta se gana un ❤️	#OrcaFact Cruces el boom del Rock Latino en los Océanos y al gran deseo de independencia de los jóvenes. Soda Stereo fue recibido en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil... El evento "Do It Yourself" fue organizado por la Federación de Estudiantes UCSG. Es el más recordado por los guayaquileños, porque superó la calidad de la presentación anterior de la banda en el Coliseo Voltaire Paladines Polo. La activación fue vista por 1000 personas que todavía recuerdan el grandioso momento... 🎸🎤		
Call to Action	Te invitamos a conectarte. Síguenos para explorar y aprender sobre este género con años de trayectoria y gran oferta musical.	Comparte con un amigo para compartirte sobre el rock y que conozca más de este mundo.	Aprende más sobre este género musical en este fan page. ¡Compartilo! Qué sabes de él? y repite el asarrollo.	Síguenos en facebook, para conocer los lives que tendremos pronto. Link en la bio.	Cuérranos de otro suceso histórico del rock guayaquileño!		
Hashtags	#JalaLaOreja #RockGuayaquil #Musica #Guayaquil #GuayaquilMusica #musicaylife #knowplaying	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #GuayaquilMusica #GuayaquilMusica #gyemusica	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #Sodastereo #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		

	domingo 6 de sept	lunes 7 de sept	martes 8 de sept	miércoles 9 de sept	Jueves 10 de sept	viernes 11 de sept	sábado 12 de sept
IG/FB		#OrcaFact Sabías que	Conversa UCC		Expectativa/Realidad ¿Quié es el rock?		
Story IG		#OrcaFact					
Caption		En la historia cultural de Guayaquil, los años 60s significaron revolución. Los jóvenes se animaron a tocar instrumentos musicales y a imitar a sus ídolos: Elvis Presley, Paul Anka, Chubby Checker, Los Beatles, Los Iracundos, Manolo Muñoz... entre otros exponentes importantes de este nuevo sonido rock, rechazado por los adultos y estafado para la nueva ola juvenil que marcaría el sonido de una nueva canción.	Te invitamos a la firma de convenio de colaboración entre la Universidad Casa Orca y la comunidad de músicos guayaquileños. Este 10 de septiembre a las 10:30 via Facebook Live. ¡as esperamos! 🎸🎤		#ClaseDelRockGuayaquiléñe El mundo del rock es gigante y no solo las bandas más conocidas lo forman. Además de AC/DC, Rolling Stones, Metallica, Led Zeppelin, Guns n' Roses, Nirvana. La historia ha vivido músicos y artistas increíbles y grandiosos. Completa tu playlist y escucha la música de The Beatles, Elvis Presley y Paul Anka. Los pioneros de este género que significó una revolución cultural.		
Call to Action		Y tú, ¿a cuáles conoces?			Recomienda tus canciones favoritas de las bandas mencionadas... 🎸🎤		
Hashtags		#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		

	domingo 11 de sept	lunes 14 de sept	martes 15 de sept	miércoles 16 de sept	Jueves 17 de sept	viernes 18 de sept	sábado 19 de sept
IG/FB	Los subgéneros del rock que existen en Ecuador		COMUNIDAD 3.0		Post IG/FB COMUNIDAD 3.0		
Story IG	REPOST Comunidad	REPOST Comunidad	REPOST Comunidad, preparación de evento, cobertura evento, reacciones after evento.	REPOST Comunidad, preparación de evento, cobertura evento, reacciones after evento.			
Caption	El Rock en Guayaquil crece con los años, nació en los 60s y ganó más popularidad en los 70s y 80s... Cada década tenía su subgénero y cada generación seguía haciendo un "boom"... 🎸🎤		Te presentamos a una parte de los integrantes de la comunidad de Jala la Oreja, los verás hoy junto al resto del equipo en la firma del convenio en nuestro fan page por Facebook Live a las 10:30. No te lo pierdas! 🎸🎤		Seguimos con la preparación de la comunidad oficial de Jala la Oreja! Acompáñanos en esta primera etapa musical y conoce el mundo del rock... 🎸🎤		
Call to Action	Cuérranos cuál es el subgénero que disfrutas más!				Síguenos en nuestro fan page! Link en la bio.		
Hashtags	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		

	domingo 20 de sept	lunes 21 de sept	martes 22 de sept	miércoles 23 de sept	jueves 24 de sept	viernes 25 de sept	sábado 26 de sept
IG/FB	Presenta la COMUNIDAD 3.0		Nota del Universo	COMUNIDAD 3.0			LANZAMIENTO cuenta Spotify
Story IG	Post Comunidad	Nota del Universo					
Caption	Te presentamos más integrantes de nuestra comunidad! Unos con años de experiencia en el campo musical y otros dando sus primeros grandes pasos 🎸🔥		#FLASHFORMATIVO @deluniversocom sató un artículo de Jala la Oreja! Descubre más del proyecto, los artistas invitados y sus opiniones al respecto del convenio entre la comunidad de músicos guayaquileños y la @salagrante 📄👉	La comunidad de Jala la Oreja no solo está conformada por músicos, también por gestores, productores, ingenieros de sonido, multimedia y más 🎧📄			Jala la Oreja ya está en Spotify! Una de nuestras maneras de conectar sobre la música contemporánea rock de Guayaquil es a través de playlists. En este "primer jala" queremos que conozcas las creaciones originales de los músicos de la comunidad y sepas que en Guayaquil hay buena música. En "El Primer Jala" encontrarás canciones de: -BC Funk, Los Biggie's, Cadever Esquisto, Carmen y los Canallas, David Rojas de El General Volante, El Cuido de la nada, Juan Enderica, Megan Walsh con Iguana Braw, Rod Renta y colaboraciones, Tommy O'Rourke de Los 4's. Síguenos haciendo like para que pronto te sigas al segundo playlist de los miembros de nuestro proyecto educacional 🎧📄 Link al playlist en la bio 📄👉
Call to Action	¡Recuerda seguirnos en nuestro fanpage! Link en bio 📄		¡Ingresa a nuestro fanpage para leer el artículo completo! Link en bio 📄	¡Síguenos en nuestro fanpage para conocer más!			
Hashtags	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockDVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockDVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica	#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockDVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica			#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockDVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica

	domingo 27 de sept	lunes 28 de sept	martes 29 de sept	miércoles 30 de sept	JUEVES	VIERNES	SABADO	
IG/FB				ORLPWR				
Story IG			LANZAMIENTO highlight cuenta 3.0 Spotify					
Caption				#ORLPWR 🎸🔥 Conoce a una de las primeras mujeres destacadas dentro del mundo del rock ¡al! 📄👉 Steve Nicks, Janis Joplin, Patti Smith, Grace Slick y Suzi Quatro, son mujeres que lograron ser parte de la era musical entre los años 60s y 70s, conocidas también por ser grandes compositoras, íconos de diferentes movimientos y más 🎧📄				
Call to Action				¿Las conoces? Menciona tu canción favorita				
Hashtags				#JalaLaOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockDVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #gyemusica				

Octubre

	DOMINGO			jueves 1 oct	viernes 2 oct	sábado 3 oct
IG/FB					Nota Sebastián Peretta	
Story IG				Video concierto Sebastián Peretta		
Caption					<p>#Comunidad#JalelaOrtega Sebastián Peretta, mejor conocido como Crata Internacional, junto a su hermano Rod Peretta y Jorge Franco aka "El Maestro" son artistas y músicos nativos, parte de la nueva generación de artistas emergentes de Guayaquil 🇪🇨</p> <p>El Jueves 1 de Octubre dieron un show transmitido por Instagram desde la cuenta de La Cabra Macabra, donde tocaron cuatro temas inéditos y un cover de Luis Alberto Spinetta 🇪🇨</p>	
Call to Action					<p>¿Los invitamos a seguirlos en sus redes y a estar pendientes de sus futuros proyectos?</p> <p>¿Qué otro artista emergente conocen? ¡Mencionalo!</p>	
Hashtags					<p>#JalelaOrtega #Comunidad #ComunidadMusical #RockCVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Guaymusica</p>	

	domingo 4 de oct	lunes 5 de oct	martes 6 de oct	miércoles 7 de oct	jueves 8 de oct	viernes 9 de oct	sábado 10 de oct	
IG/FB				Review Cadáver Esquibito			Review Los Brigantes	
Story IG		Producción Video para Cápsulas	Expectativa Cadáver Esquibito	Expectativa Cadáver Esquibito	Expectativa Los Brigantes			
Caption				<p>Imposible no reconocer la portada de este icónico EP</p> <p>Si respondiste Cadáver Esquibito en las stores, ACERTASTE 🇪🇨</p> <p>Ellos son conocidos por sus canciones pegajosas y su colorida imagen POP 🇪🇨</p> <p>Su sonido es como una fiesta que tiene color e invita a cantar cada coro 🇪🇨</p>				<p>Conoce a Los Brigantes! Una banda de rock clásico de los 80s con influencias punk y one de culto 🇪🇨</p> <p>Actualmente están produciendo su nuevo álbum llamado "Lo que Control" grabado y mezclado en el 2019-2020 en Embaño Records 🇪🇨</p>
Call to Action							¡Están atentos a sus redes!	
Hashtags				<p>#JalelaOrtega #Comunidad #ComunidadMusical #RockCVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Guaymusica</p>			<p>#JalelaOrtega #Comunidad #ComunidadMusical #RockCVE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Guaymusica</p>	

	domingo 1 de nov	lunes 2 nov	martes 3 nov	miércoles 4 nov	jueves 5 nov	viernes 6 nov	sábado 7 de nov
IC/PI		Playlist Pasivo Mjalin				Música mujeres p2	
Story IG		Playlist Pasivo Mjalin	Playlist Pasivo Mjalin - Interacción/Expectativa				
Caption		Te dejamos esta playlist para que sigas disfrutando el finde -> @civello con canciones auspiciadas por músicos nacionales como Fila Pusaí Cola, Juanjo, Arkabuz, La Real Marañón, Taim, Alpacora, El Romántico de la Perla, Akelando, Mauricio Ayora, Jazz the Roots y más. 🎶				Foto del perfil de jalalaera jalalaera @GRLPWR 🎶 Conoce a las mujeres músicas xélicas del género rock (pt 2) -> @Pat Bernat, Debbi Harry, Joan Jett, las hermanas Wilson, Lita Ford y Chrissie Hynde. Destacaron en la época de los 70s y 80s por su gran aportación a la historia musical junto a sus composiciones, letras, proyectos y más. 🎸	
Call to Action		Link en la bio 📌 Toca el post para soniciar a todas las bandas 🎸				¿Las conoces? Menciona tu canción favorita! 🎶	
Hashtags		#JalalaCrea #Comunidad #ComunidadMusical #RockCIE #Cuayaquil #RockCuayaquil #CuayaquilMusica #Jemmusica #potiflatam #potifEcuador #potifplaylist				#JalalaCrea #Comunidad #ComunidadMusical #RockCIE #Cuayaquil #RockCuayaquil #CuayaquilMusica #Jemmusica	

	domingo 8 de nov	lunes 9 nov	martes 10 nov	miércoles 11 nov	jueves 12 nov	viernes 13 nov	sábado 14 de nov		
IC/PI					Lanzamiento Show JLO				
Story IG					HABEMUS EVENTO 🎶	Expectativa Show	Expectativa Show		
Caption					Resérvate para la transmisión en vivo del SHOW VIRTUAL JALALA CREA 🎶 Te invitamos este 16 de noviembre a las 8PM al evento donde tendremos como host al vocalista de @cadavermusic @danalvnu. Además, de un juego de trivia vs @chilamakin en el que puedes participar por premios e intervención musical de @bonauiinternacional. ¿Qué debes hacer para poder jugar junto a Choe el día del evento? 1. Comparte este post en tu story y etiquétanos 🎸 2. Menciona a 2 amigos para que nos sigan en redes 🎶 El ganador se elegirá por sorteo y se anunciará este domingo 16. 🎶 Habrá premios durante el show para los que estén conectados a la transmisión 🎶.				
Call to Action									
Hashtags					#JalalaCrea #Comunidad #ComunidadMusical #RockCIE #Cuayaquil #RockCuayaquil #CuayaquilMusica #Jemmusica				

	domingo 15 de nov	lunes 16 nov	martes 13 de oct	miércoles 14 de oct	jueves 15 de oct	viernes 16 de oct	sábado 21 de nov
IC/PI		Show JLO					
Story IG	Sorted Expectativa Show JLO	Expectativa Show JLO					
Caption							
Call to Action							
Hashtags							

	domingo 22 de nov	lunes 23 nov	martes 24 de oct	miércoles 21 de oct	jueves 22 de oct	viernes 23 de oct	sábado 28 de nov
IG/FB			Video Educativo: Historia del Rock Cuyaquilino.				
Story IG							
Caption			Si no te sale en Instagram la verdadera historia del Rock Cuyaquilino, este video contiene la información completa para que le pruebes a todos tus amigos que lo sabes todo del rock hecho en la Peña. Este video es un recorrido del género musical iniciado en 1962 sus orígenes, influencias extranjeras y las razones por las que el ritmo del rock cuyaquilino es muy diverso. La próxima vez que escuches o veas la misma canción o para mostrar y bailar con tu crush. Cambiate Qué Sabes De Rock y conoce a las bandas que han sido parte de los escenarios de nuestra ciudad y su trabajo en sus redes.				
Call to Action			@Luis4m @rodalvarezmusic @rommyroque @CupoCup @sadrigame @meganwongdrums				
Hashtags			#JajaCheja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCQE #Cuyaquil #RockCuyaquil #CuyaquilMusica #gyemusica				

	domingo 29 de nov	lunes 30 nov	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
IG/FB	Video Educativo: Mama Rockera 101 con Megan Wang						
Story IG							
Caption	Mamá Rockera 101 con Megan Wang PWIR CRE CONTENT ALERT @meganwongdrums nos cuenta un poco de su vida como madre y como músico profesional 🎸🥁						
Call to Action							
Hashtags	#JajaCheja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCQE #Cuyaquil #RockCuyaquil #CuyaquilMusica #gyemusica						

Diciembre

	DOMINGO	LUNES	martes 1 de dic	miércoles 2 de dic	Jueves 3 de dic	viernes 4 de dic	sábado 5 de dic
IG/FB						Reseña Cuyaviva Cuyaviva Especialista Cuyaviva Cuyaviva	
Story IG							
Caption						Conoce a Gustavo Cuyaviva una VOZ, guitarrista de rock alternativo con un pequeño toque de jazz, una mezcla de todo un poco, 100% indefinido 🎸🎹 Influenciado por George Harrison, Négo Luis Alberto Spinetta y Wes Montgomery, con el atrapé el gusto del jazz 🎷 Actualmente, está en la producción solista de su track, su idea de hacerla freelance es lograr una composición de todos los instrumentos solo 🎸🎹🎷	
Call to Action						Síguelo en sus redes y escucha sus últimos lanzamientos 🎧🎵	
Hashtags						#JajaCheja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCQE #Cuyaquil #RockCuyaquil #CuyaquilMusica #gyemusica	

	domingo 8 de diciembre	lunes 7 de diciembre	martes 8 de diciembre	miércoles 9 de diciembre	jueves 10 de diciembre	viernes 11 de diciembre	sábado 12 de diciembre
IG/FB			Video Educativo: Mitos del Rock con Doña Pepa y Juan José Arévalo		Reseña Quino Orantía		Reseña Tommy O'Rourke
Story IG					Expectativa Quino Orantía		Expectativa Tommy O'Rourke
Caption			<p>3 Preguntas sobre la música y el rock con Juan José Arévalo y Doña Pepa, Doña Pepa, artista musical y Juan José Arévalo, periodista, conversan sobre los mitos de la imagen que tienen los rockeros en nuestra sociedad a medida que responden preguntas sobre los estereotipos del rockero, tales como la asociación entre bohemia y música.</p>		<p>¿? ¿? Quino Orantía es el vocalista del reconocido grupo Guayaquileño. Cito, él lo suena a la medida del teclado, sintetizadores, baterías y bajos a tiempos ritados, como diría Osvaldo Valencia suenan a techno-rock, siempre acufado y creado por el miembro fundador Julio César Jurado para que la agrupación logre una identificación. ¿? ¿?</p> <p>La banda tiene en sus influencias a artistas como Chicago, Coobas Brothers, Van, Maccaro, Christopher Cross y Toto.</p> <p>Quino ha sido parte de la cultura musical de la ciudad de Guayaquil desde 1986. Actualmente, Quino Orantía realiza colaboraciones musicales con otros artistas, refiriéndose a Sergio Sáenz, ex vocalista de Cruza en Karmak.</p>		<p>Tomás O'Rourke fue el vocalista y segunda guitarra del conjunto musical Ecuadoriano "Los Erules", en 1980. Los 80, reconocido grupo musical de la década de los 80s. ¿? ¿?</p> <p>Actualmente, Tomás está realizando la producción "Pintando todo de azul", sacando todo de azul en su concepto es una invitación a la reflexión cómo los humanos pensamos el rojo en el planeta con la contaminación de ríos y mares, la polución del oxígeno y sus consecuencias en la capa de ozono. .</p> <p>La recopilación incluye varias canciones de temática "rojo". Volare (del Bú Di Pívo Di Bú) de Domenico Modugno, Blue Suede en la versión de Willie Nelson y Rhapsody in Blue de George Gershwin. ¿? ¿?</p>
Call to Action			¡Síguenos en sus redes para conocer de cerca sus proyectos!		Encuentra su música en Youtube, te recomendamos "Cruza de Amor" ¿? ¿?		¡Síguenos en Spotify y en su perfil de IG. Lo encuentras como @TommyOrourke ¿? ¿?
Hashtags			#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica		#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica		#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica

	domingo 13 de diciembre	lunes 14 de diciembre	martes 15 de diciembre	miércoles 16 de diciembre	jueves 17 de diciembre	viernes 18 de diciembre	sábado 19 de diciembre
IG/FB	Reseña Cholo Silva		Reseña Rod Penalba		Reseña Daniel Bermúdez		Reseña Erick Mujica
Story IG	Expectativa Cholo Silva		Expectativa Rod Penalba		Expectativa Daniel Bermúdez		Expectativa Erick Mujica
Caption	<p>#GRUPOR Contante y travesía guayaquileña de 22 años de edad, se encuentra activa musicalmente como "Cholo Silva" y su primer EP fue lanzado en abril del 2020. Su música ha sido calificada como "atrevida, clásica y envolvente". ¿? ¿?</p>		<p>Rodolfo Penalba es un músico ecuatoriano radicado en la ciudad de Guayaquil. ¿? ¿?</p> <p>La música para él fue la herramienta que encontró para decir aquello que siente que necesita expresar. Según él, tiene un sonido "sofisticado con procesamiento contemporáneo". Se identifica con las géneras musicales pop rock, new wave y synthpop. The Cars, Fleetwood Mac y Chet Baker son algunas de sus influencias musicales más destacadas. ¿? ¿?</p> <p>Actualmente, Rod Penalba se encuentra en el proceso de grabación de su primer álbum de larga duración, además de colaborar como músico de varios proyectos. ¿? ¿?</p>		<p>El Gusto de la Nada empezó en 2015 con varios miembros rotativos, hasta llegar la alineación oficial Daniel Bermúdez en la guitarra, Pedro Vargas en la batería, Leonardo Coello en el bajo, Jorge Asaf en la segunda guitarra y Diana Bermúdez en el micrófono, esta fue definida en el 2017. Los integrantes se han convertido en una familia a través de la conexión que tienen en la banda con la música. ¿? ¿?</p> <p>El sonido del Gusto de la Nada está influenciado por diferentes bandas: Chrome, Mac devarco, Mile High Club, The Mars Volta, Intero y el Rock de los 70s. ¿? ¿?</p> <p>Actualmente, están en planes de grabar un EP, ligado al sonido Lo-Fi. Sin embargo, los planes se detuvieron por la pandemia del Coronavirus, el estado de excepción retrasó las grabaciones de "Te vení" al nuevo sencillo. ¿? ¿?</p>		<p>Erick Mujica es un verdadero rockero Guayaquileño, entre sus influencias están Jack White, Bon Jovi, The Beatles, Led Zepelin, The Black Keys. ¿? ¿?</p> <p>Se caracteriza por expresar su personalidad a través de riffs de guitarras, ser popero en armonías y voces. ¿? ¿?</p> <p>Desde el 2018, produce sus canciones con Grabador. Erick se involucra en todo el proceso, hasta en la producción de los artes del álbum. Le gusta trabajar en equipo, que otros aporten su visión a sus ideas musicales. ¿? ¿?</p>
Call to Action	Síguenos en sus redes @usemame ¿? ¿?		Síguenos en sus redes, conocerás más de su música. ¿? ¿?		Encuentra más de su música en nuestros playlists de Spotify, encuéntranos como @gustodena		Síguenos en sus redes y explora todos los proyectos que ha realizado hasta hoy.
Hashtags	#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica		#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica		#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica		#JataOreja #Comunidad #ComunidadMusical #RockCYE #Guayaquil #RockGuayaquil #GuayaquilMusica #Ejymusica

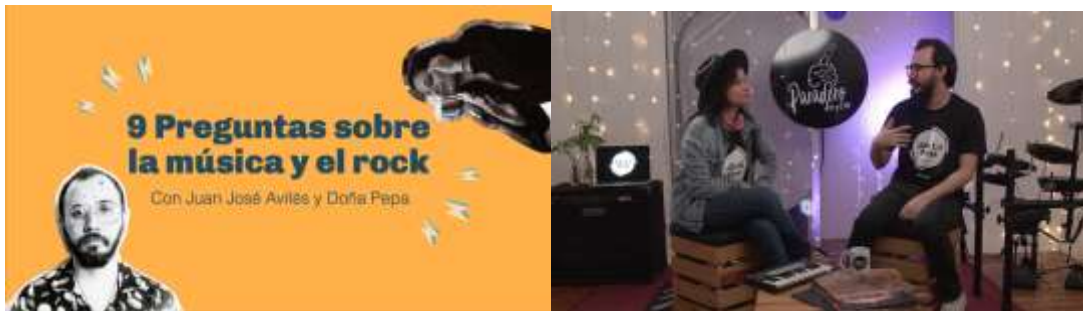
	DOMINGO	lunes 4 de ene	martes 5 de ene	miércoles 6 de ene	jueves 7 de ene	viernes 8 de ene	sábado 9 de ene
IG/FB		Reseña Fa Paredes		Reseña Doña Pepa		Reseña Carlos Nuñez	
Story IG		Expectativa Fa Paredes		Expectativa Doña Pepa		Expectativa Carlos Nuñez	
Caption		<p>Ludwico es una banda guayaqueña de indie rock, que también mezcla géneros como el dance y el post-punk, ya tiene un lugar ganado dentro del público guayaqueño que consume música nacional. Fue conformada por Fa Paredes (guitarra), John Villamar (bajo) y Rey Suarez (batería), luego de mucho tiempo de trabajo este power trio está a punto de lanzar su segundo disco.</p>		<p>Carmen y Los Canales es un proyecto de pop rock fundado en el 2018 liderado por María Alejandra Carrazas, más conocida como "La Pepa". Alejandra comparte el escenario y la producción de sus temas con un grupo de músicos que llevan de fuerza sus composiciones, David López en la guitarra, Luis Alberto Ibañez en el bajo, Rubén Burgos en la batería y Mila Sommer en los coros. Carmen y Los Canales actualmente se encuentran trabajando en el lanzamiento de su próximo sencillo.</p>		<p>La banda Espumita está radicada en Cuyaquil, Ecuador. El género que mejor los representa es el Rock Alternativo. Espumita está originalmente formada por Carlos Nuñez en la guitarra, vic y Melissa Ruiz en el bajo. Luego, los miembros invitaron a Mauricio Prieto en la guitarra melódica y a Ivo Ampuero en la batería. La banda se creó porque Carlos no tenía nada más que hacer y quería conocer más gente. En la actualidad están 'en modo nuevo', cada uno de los miembros está trabajando su propio sonido en diferentes proyectos, consecuencia a una pausa indefinida.</p>	
Call to Action		¡Sigue en sus redes! También lo puedes encontrar en nuestros playlists de Jala la Oreja		¡Sigue sus redes para estar al tanto de todos sus proyectos, puedes encontrar sus canciones en nuestros playlists de Spotify		¡Sigue sus redes! También lo puedes encontrar en Spotify	
Hashtags		#JalaLaOreja #ComunidadMusical #RockCVE #Cuyaquil #RockGuayaquil #CuyaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #ComunidadMusical #RockCVE #Cuyaquil #RockGuayaquil #CuyaquilMusica #gyemusica		#JalaLaOreja #ComunidadMusical #RockCVE #Cuyaquil #RockGuayaquil #CuyaquilMusica #gyemusica	

	domingo 13 de ene	lunes 14 de ene	martes 15 de ene	miércoles 16 de ene	jueves 17 de ene	viernes 18 de ene	sábado 19 de ene
IG/FB	Reseña Bernardo Reyes						
Story IG	Expectativa Bernardo Reyes						
Caption	<p>El es Bernardo Reyes, Ingeniero en Sonido formado en Full Sail University en Orlando, Estados Unidos además aprendió las funciones de un productor en un estudio musical junto a Tullio Cepeda, músico Ecuatoriano. Ha sido docente en La Escuela Parados y ha trabajado junto a artistas locales como Rem-Kal, Doppters, Doma Palma y en escenarios junto a la banda de rock Infórmame y La guerra invisible.</p>						
Call to Action	¡Sigue en sus redes!						
Hashtags	#JalaLaOreja #ComunidadMusical #RockCVE #Cuyaquil #RockGuayaquil #CuyaquilMusica #gyemusica						

7.5 Fondos virtuales de Zoom



7.5.1 Producción de material audiovisual educativo



7.5.2 Dossier



¿De qué se trata?
¿De qué se trata?
¿De qué se trata?
¿De qué se trata?
¿De qué se trata?

Somos un proyecto que **expone a la música rock contemporánea** de Guayaquil **y su comunidad**, la ponemos a un click de distancia.

Queremos que la escuches,
te jalamos la oreja.



@jalalaoreja



Paquetes

Precios

@jalalaoreja



Backstage

- Presencia de marca en **redes sociales de Jala la Oreja** (incluye invitaciones, agradecimientos y posteos significativos del evento.)

- Mención durante **transmisión** de evento trivía Jala La Oreja.

- **Logo en pantalla** durante el lanzamiento digital del evento trivía Jala La Oreja.

- **Logo en tickets digitales** el evento trivía Jala La Oreja.

- Presencia de marca en **video promocional** del proyecto.

- **3 posteos** durante todo noviembre y diciembre.

- Zócalo con logo durante **los primeros 5 minutos** del evento trivía Jala La Oreja.

- **1 mención de marca** durante evento digital.

- **6 historias mensuales** en redes sociales de Jala la Oreja durante todo noviembre y diciembre

Inversión: \$500

@jalalaoreja



VIP

- Presencia de marca en **redes sociales de Jala la Oreja** (incluye invitaciones, agradecimientos y posteos significativos del evento.)

- Presencia de marca en 4 box set que se le entregará a los ganadores.

- **Logo en tickets digitales** para el evento trivía Jala La Oreja

- **6 historias mensuales** en redes sociales de Jala la Oreja durante todo noviembre y diciembre

Inversión: \$150

@jalalaoreja



Gold Access
Gold Access
Gold Access
Gold Access

- Presencia de marca en redes sociales de **Jala la Oreja** (incluye invitaciones, agradecimientos y posteos significativos del evento.)

- Logo en tickets digitales para el evento trivia Jala La Oreja.

- Presencia de marca en 4 box set que se le entregará a los ganadores.

- Presencia de marca en video promocional del proyecto.

- 6 historias mensuales en redes sociales de Jala la Oreja durante todo noviembre y diciembre

Inversión: \$300

@jalalaoreja



Contactos

@jalalaoreja

maria.chancay@casagrande.edu.ec
+593 98 333 6885



Maria José Chancay

evelyn.nieto@casagrande.edu.ec
+1 (929) 270-6022



Evelyn Nieto



7.6 Evento digital de clausura en la tele presencialidad

- A. Dreams
- B. Seven wonders
- C. Go Your Own Way
- D. The Chain

2. ¿Qué género de música toca Macho Muchacho?

- A. Math-Blues
- B. Salsa-rock
- C. Rock and Pop
- D. Math - rock

3. ¿Qué canción toca la banda de Jack Black en "Escuela de Rock" para ganar la competencia?

- A. LongWay to the Top - AC/DC
- B. Black Dog - Led Zepellin
- C. Rock got no Reason - Zach
- D. Photograph - Def Leppard

4. ¿Cuál de estas canciones es de Cadaver Exquisito?

- A. Killing me softly
- B. Lagañas
- C. Balas de algodón
- D. Un man bien

5. ¿Cuál es el nombre de la banda principal de rock de la película Almost Famous, protagonizada por Kate Hudson?

- A. Water of the Creedance
- B. Yes
- C. Train above the River
- D. Stillwater

6 ¿Cómo se llama el vocalista del Grupo Clip?

- A. Paul Tutiven
- B. Emilio Zavala
- C. Quino Orrantia
- D. Camilo Palma

7. ¿Quién de ellos es una banda de músicos animados?

- A. Radiohead
- B. The Hives

- C. Stereophonics
- D. Gorillaz

8 ¿Cómo se llama la canción del video de Los Brincos en el que aparece una muñeca inflable?

- A. Technoir
- B. Prende la papa
- C. Airdoll
- D. Animal

9. ¿Quién de estos músicos se rompió la pierna durante un concierto en vivo y regresó para finalizar la presentación usando un yeso?

- A. Billy Joel
- B. Nikki Sixx
- C. Dave Grohl
- D. Damon Albarn

10 ¿Dónde fueron los primeros conciertos en Guayaquil?

- A. Kermesses de colegio
- B. La vereda
- C. En fiestas
- D. Las Peñas

Termina la trivia

Se agradece a ambas por participar.

- **Pregunta al Público**

¿Cómo se llama el segundo álbum completo de La Máquina Camaleón?

- A. Amarilla
- B. Azul
- C. Rojo
- D. Verde


Intervención musical Orate

Despedida

Intervención musical sorpresa de Chloé

Jala La Oreja transmitió en vivo.
 Publicado por StreamYard ·
 16 de noviembre a las 20:10 ·

Transmisión en vivo del Show Jala la Oreja, donde contamos con intervenciones musicales, juegos de trivia y más.



38 Me encanta 156 comentarios 17 veces compartido

Comentar Comentar como Jala La Oreja

Ver comentarios

Rendimiento de tu publicación

1182 Personas alcanzadas

45 Me gusta, comentarios y veces que se compartió
4

154 Clics en publicaciones

36 Clics para reproducir	8 Clics en el enlace	110 Clics de otro tipo
------------------------------------	--------------------------------	----------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar todas las publicaciones **0** Ocultar publicación

0 Reportar como spam **0** Ya no me gusta esta página

45 Me gusta, comentarios y veces que se compartió
4

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO DE MARCA

Ver desglose

1182 Alcance total	1182 Alcance orgánico	0 Alcance pagado
1378 Impresiones totales	1378 Impresiones orgánicas	0 Impresiones pagadas

7.7 Contacto con instituciones educativas

EL Rock de:



**Daniel
Vinueza**



**ft. La
UCG**

Ex-alumno del **Colegio Balandra Cruz del Sur**
Vocalista y líder de la banda **Cadaver Exquisito**



**Jala La
Oreja**



Conoce más sobre él y otros artistas de
Guayaquil siguiendo el fan page del proyecto
académico Jala la oreja en Facebook.

un proyecto de:



Universidad
Casa Grande



IPAP
PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

EL Rock de:



**Raúl
Soria**



**ft. La
UCG**

Ex-alumno de la Carrera de Artes Musicales y
Sonoras **U. Artes.**
Vocalista y líder de la banda **La Iguana Invisible.**



Conoce más sobre él y otros artistas de
Guayaquil siguiendo el fan page del proyecto
académico Jala la oreja en Facebook.

un proyecto de:



EL Rock de:



**Megan
Wong**



**ft. La
UCG**

Ex-alumna de la Carrera de Artes
Musicales **UCSG**.
Baterista y percusionista de la banda
Iguana Brava.



Conoce más sobre ella y otros artistas de
Guayaquil siguiendo el fan page del proyecto
académico Jala la oreja en Facebook.

un proyecto de:



EL Rock de:



BC Funk &



**ft. La
UCG**



Fa Paredes

Dos ex-alumnos de la Carrera de Artes
Musicales **UEES**.
Músicos reconocidos por la música de sus
bandas **BC FUNK** y **LUDOVICO**.



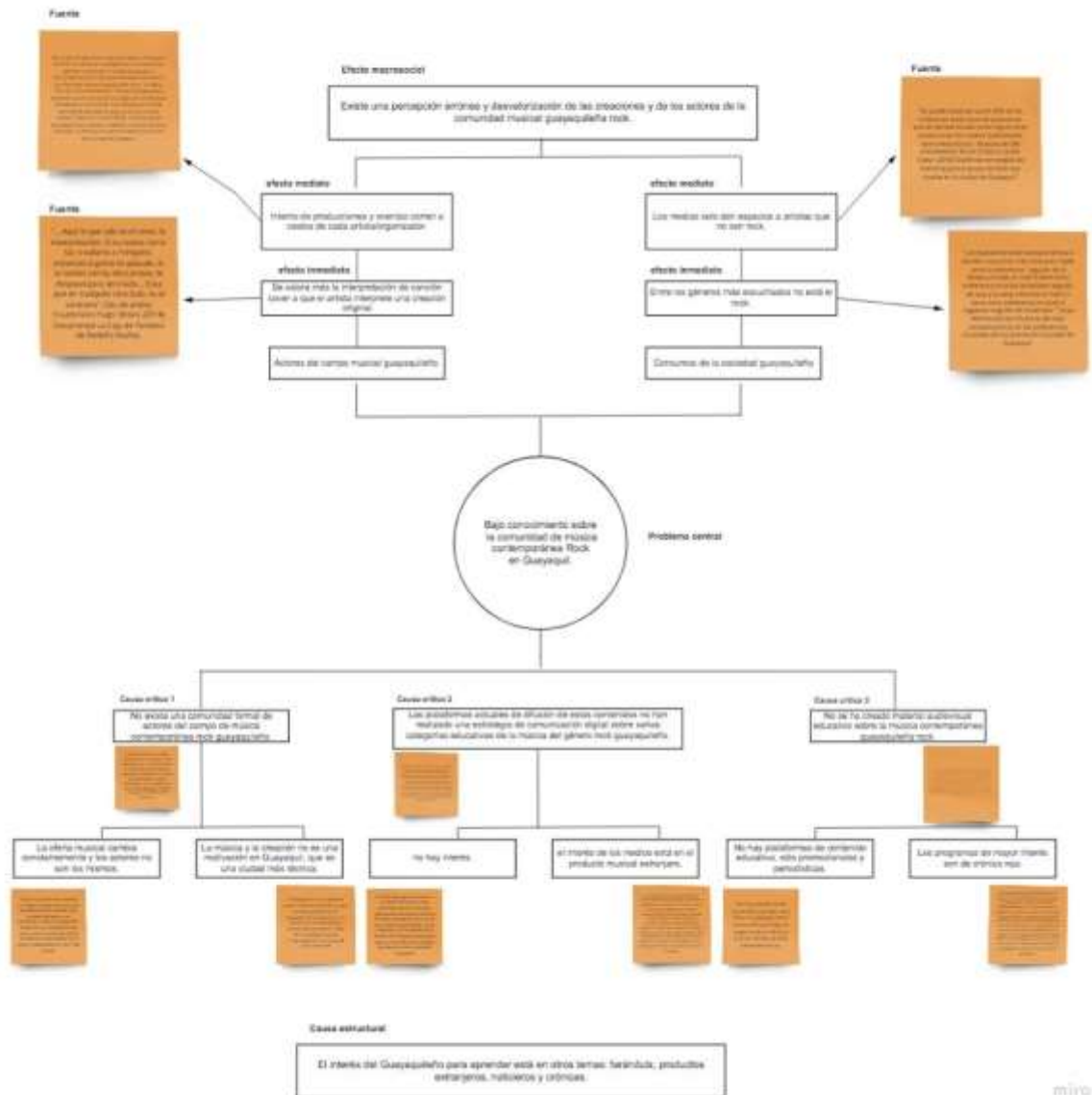
Conoce más sobre ellos y otros artistas de
Guayaquil siguiendo el fan page del proyecto
académico Jala la oreja en Facebook.

un proyecto de:



7.8 Árbol de problemas

Universidad Casa Grande
 Proyecto de aplicación profesional PAP
 Jala la oreja
 Construcción y definición de árbol de problemas



mivo

7.9 Cuadro de matriz de marco lógico

	INDICADORES:	MEDIOS DE VERIFICAR:	SUPUESTOS
FINALIDAD: Contribuir a que la sociedad guayaqueña tenga una percepción adecuada acerca de los actores del campo musical guayaqueño rock y sus producciones musicales, para que pueda así reconocer su valor cultural.			
PROPÓSITO: Utilizar la comunicación para educar a la sociedad guayaqueña sobre la comunidad de música contemporánea rock en Guayaquil	Aumento de mínimo 03 referencias de músicos guayaqueños en el género rock entre las detalladas por el público objetivo de muestra El público objetivo de muestra evidencia nuevo conocimiento, percepciones y referencias sobre la música rock guayaqueña y sus artistas Interacción de al menos 30% de seguidores de nuestra plataforma digital principal en los contenidos generados por el PAP	Encuesta inicial y final a público objetivo de muestra con el que trabaja el PAP en su primera edición Registro de posteos Métricas de RRSS	Público objetivo de muestra se encuentra abierto a recibir nuevos conocimientos relacionados al arte y la cultura Público potencial se interesa en nuevos conocimientos relacionados al arte y la cultura
COMPONENTES / RESULTADOS			
COMPONENTE 1			
Conformada una nueva comunidad de artistas musicales, periodistas culturales, productores musicales, productores de eventos, ingenieros de sonido, y/o similares, afines a la música contemporánea guayaqueña de género rock, respaldada por la academia	Convenio de colaboración firmado entre la academia y mínimo 22 miembros de la comunidad conformada a raíz del PAP Participación activa de al menos 20% de miembros de la comunidad en las actividades a realizar durante la duración del PAP	Registro físico de convenio firmado y entregado a la institución educativa Registro de evento público de firma de convenio de manera digital (video en plataforma) Cobertura mediática de evento de firma de convenio tanto de manera interna (UCO) como externa (medios tradicionales y/o no tradicionales) Transmisión en vivo de evento para público general Presencia de miembros de la comunidad en contenido de RRSS generado por el PAP	Disponibilidad de miembros de comunidad y autoridades de institución educativa para la realización del convenio Disponición de medios tradicionales y/o no tradicionales para dar cobertura al evento de firma de convenio Público general se interesa en nuevos conocimientos relacionados al arte y la cultura Disponibilidad de miembros para la participación en generación de contenidos Restricciones del gobierno permitan realizar la producción de contenidos
COMPONENTE 2			
Generados, difundidos y receptados por la audiencia contenidos educativos sobre los actores de música contemporánea	01 plataforma principal y 01 de respaldo creadas Mínimo 03 publicaciones semanales en septiembre, octubre y noviembre	Plataformas funcionales, actualizadas y con branding adecuado Registro de posteos realizados en las plataformas a escoger	Los miembros de la comunidad conformada se mantienen en comunicación activa para proveer material permitido para la generación de contenidos

guyaquileña de género rock	Participación activa de espectadores en evento de cierre Interacción directa de miembro(s) de la comunidad con público en evento de cierre	Métricas RRSS (comentarios, likes, shares) Invitación al evento seleccionado/a a través de concurso a público general	Público potencial se interesa en el evento Disposición de miembro(s) de la comunidad para participar en evento
COMPONENTE 3	INDICADORES:	MEDIOS DE VERIFICAR:	SUPUESTOS
Generado y difusión material audiovisual educativo sobre la música contemporánea guayaquileña rock	Mínimo 03 videos de contenido educativo generados y difundidos, alineados a la estrategia de comunicación a implementar en RRSS con sus respectivas adaptaciones para cada plataforma	Registro digital en plataformas a escoger	Los miembros de la comunidad conformada se mantienen en comunicación activa para proveer material permitido para la generación de contenidos Restricciones del gobierno permiten realizar la producción de contenidos Predisposición del público potencial a consumir los contenidos generados en un formato audiovisual
ACTIVIDADES			
COMPONENTE 1			
ACTIVIDAD:			
Crear una identidad verbal y visual para la comunidad creada, conceptualización, redacción y diseño.			
ACTIVIDAD:			
Contactar actores de música contemporánea guayaquileña de género rock para lograr acuerdos, integrarlos y realizar registros			
ACTIVIDAD:			
Redactar, revisar y re evaluar convenio hasta su final aprobación por miembros de la Universidad Casa Grande			
ACTIVIDAD:			
Formalización de pertenencia a la comunidad a través de la firma del convenio de cooperación			
ACTIVIDAD:			
Difusión de boletín de prensa sobre el proyecto y evento de firma de convenio a medios de comunicación			
ACTIVIDAD:			
Creación y convocatoria a evento de firma de convenio a través de RRSS y comunicación interna-LUG			
ACTIVIDAD:			
Creación de kit (merchandising) para comunidad conformada y autoridades de la Universidad Casa Grande			
ACTIVIDAD:			
Difusión en cooperación con comunidad sobre el proyecto PAP, utilizando herramientas de merchandising			
ACTIVIDAD:			
Transmisión en vivo de evento de firma de convenio para público general			

COMPONENTE 2:			
ACTIVIDAD:			
Definición de grupo objetivo y estrategia de comunicación, definición de plataforma y concepto de comunicación			
ACTIVIDAD:			
Diseño y ejecución de estrategia de investigación para recoger insights y datos específicos de comportamiento en redes			
ACTIVIDAD:			
Diseño y generación de contenidos visuales junto a la comunidad: recopilación de material fotográfico			
ACTIVIDAD:			
Diseño y generación de contenidos verticales junto a la comunidad: biografías y ambientotes de videoclips para generación de posts			
ACTIVIDAD:			
Creación de concepto de campaña de proyecto: Cambia lo que sabes del rock			
ACTIVIDAD:			
Definición de categorías de contenido educativos en base a resultados recogidos de grupo objetivo y comunidad			
ACTIVIDAD:			
Cumplimiento de cronograma, contiene categorías de contenido educativo			
ACTIVIDAD:			
Creación de concurso para seleccionar a ganadora de evento de cierre			
ACTIVIDAD:			
Recopilación y entrega de merchandising para premios en evento de cierre			
ACTIVIDAD:			
Coordinación con ganadora y miembro(s) de la comunidad involucrados en el evento de cierre			
ACTIVIDAD:			
Transmisión en vivo de evento de cierre para público general en plataforma seleccionada			
COMPONENTE 3:			
ACTIVIDAD:			
Investigación cualitativa a grupo objetivo para definir los contenidos del material audiovisual			
ACTIVIDAD:			
Contacto con comunidad para generación de material en colaboración			
ACTIVIDAD:			
Scouting de locaciones y pre - producción de guiones			
ACTIVIDAD:			
Producción de material en colaboración con comunidad			
ACTIVIDAD:			

Edición y post-producción del contenido audiovisual			
ACTIVIDAD:			
Edición y post-producción del contenido audiovisual			
ACTIVIDAD:			
Difusión en redes sociales del contenido audiovisual			

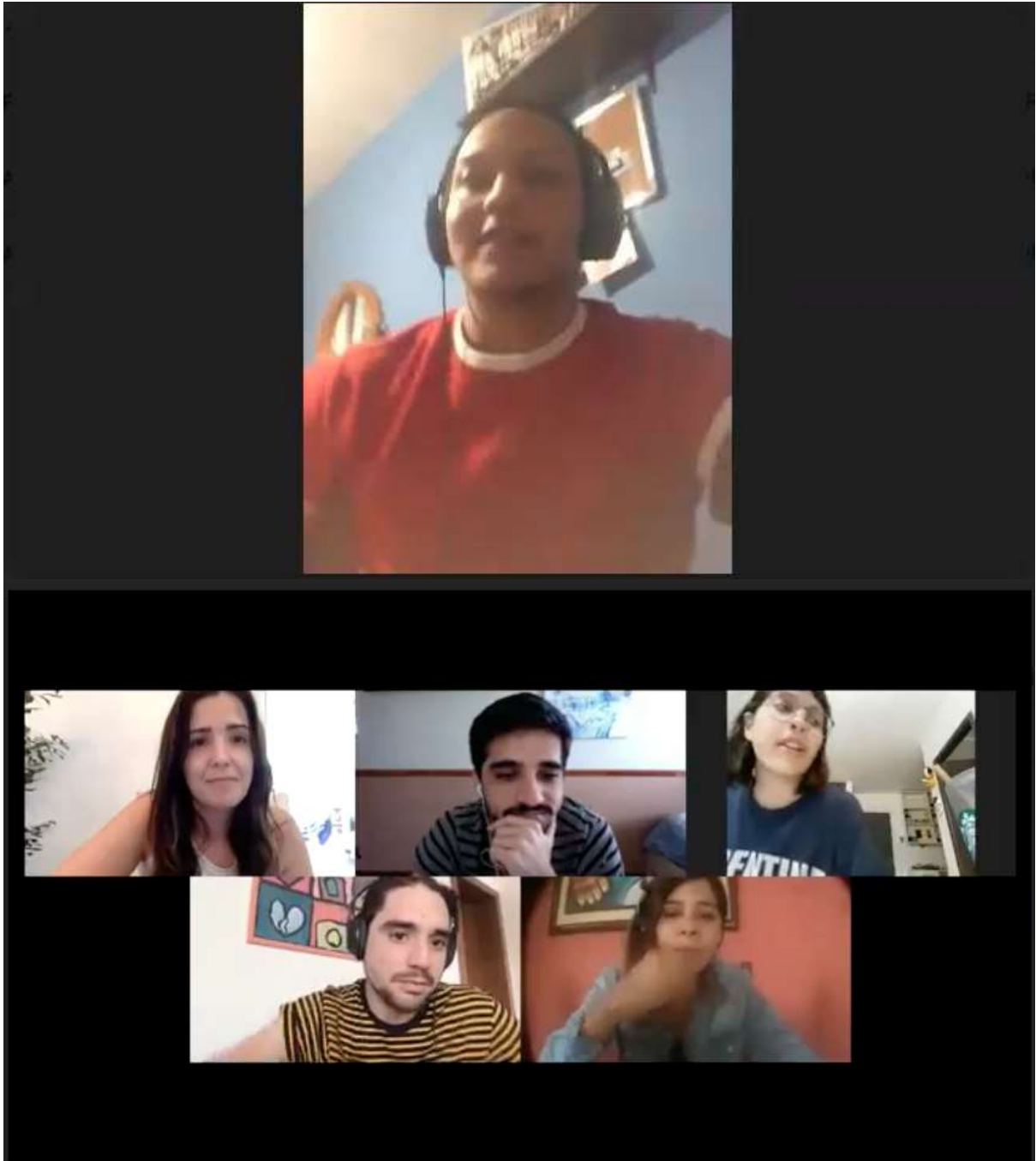
7.10 Imágenes de diálogos realizados en la telepresencialidad (Stakeholders / Público potencial)

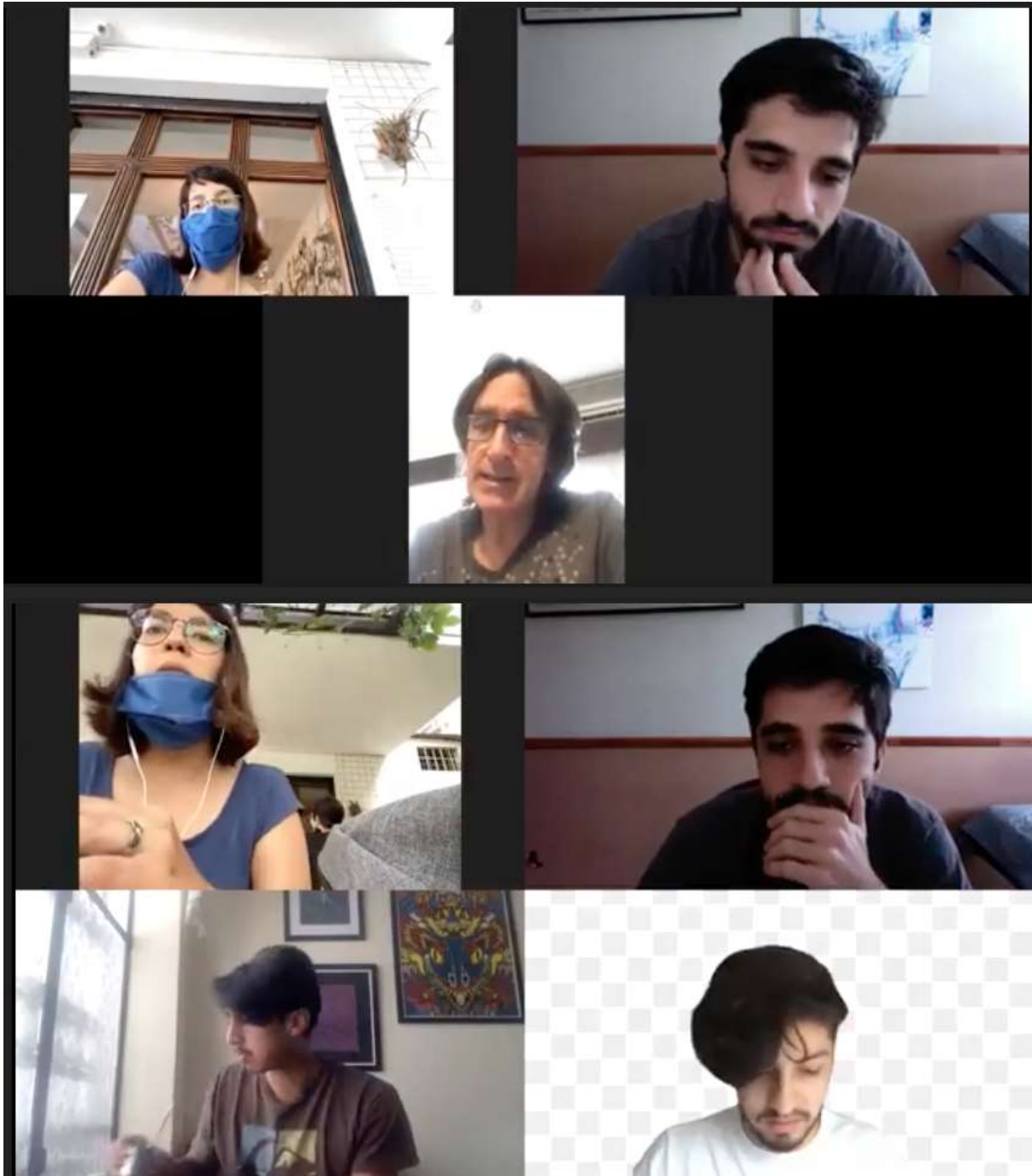
7.10.1 Stakeholders - artistas musicales y productores musicales

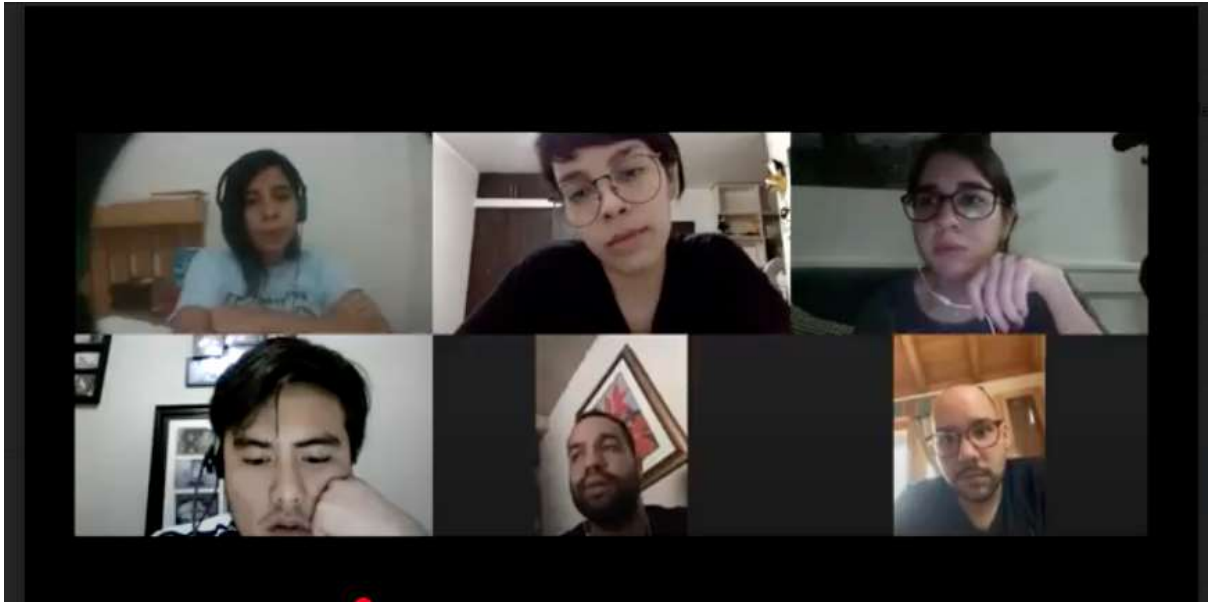




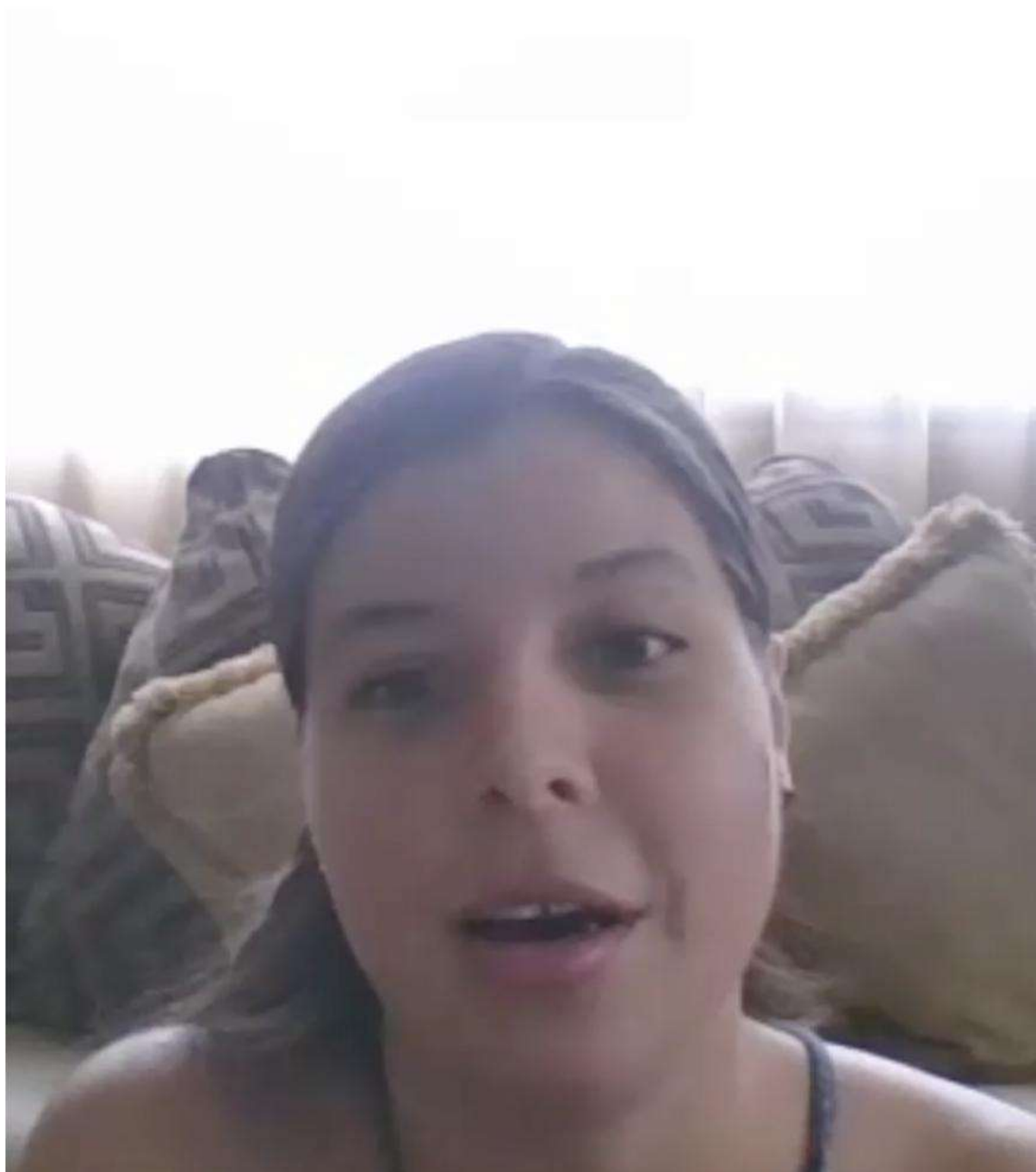


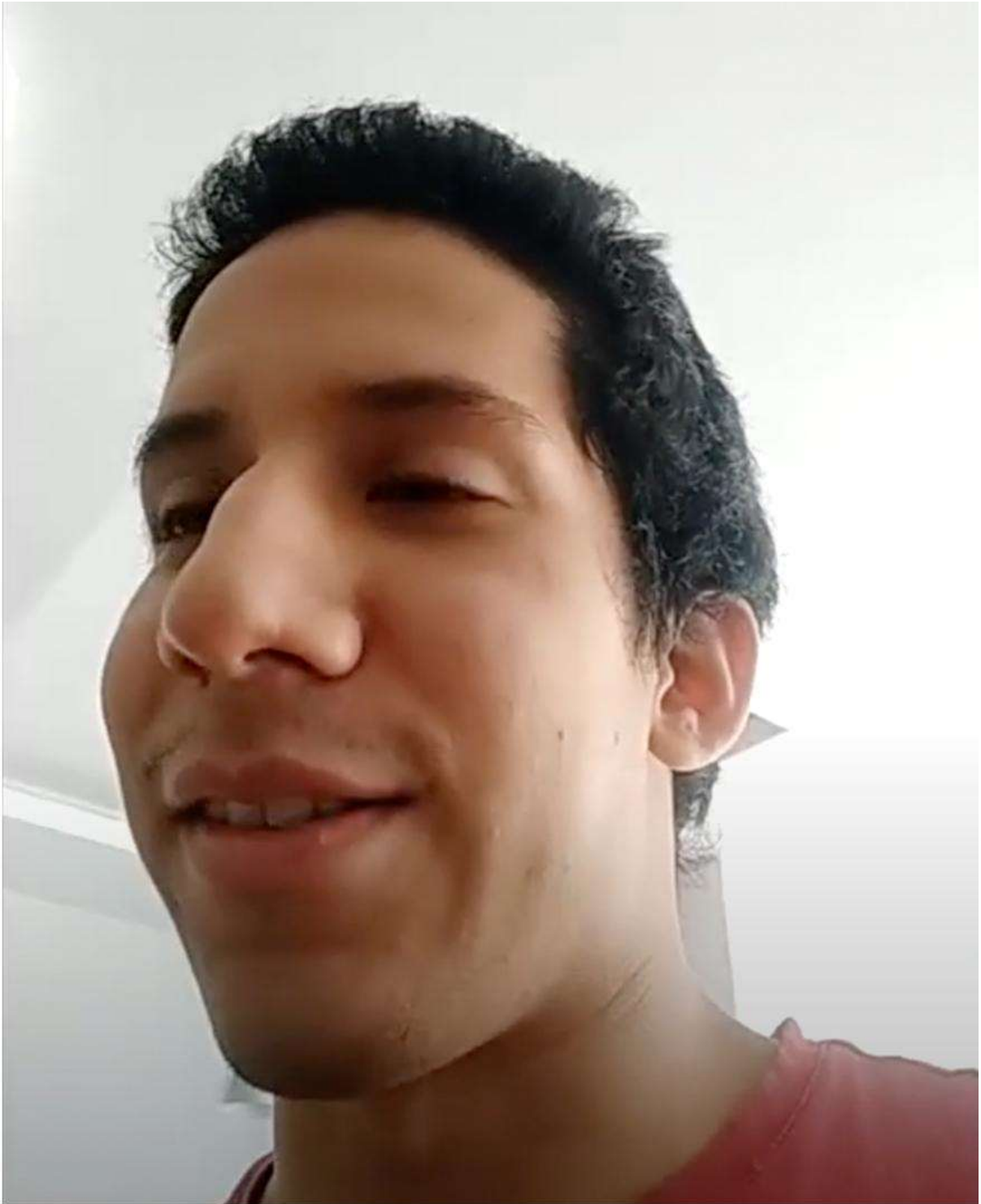






7.10.2 Públicos potenciales















7.11 Imágenes de firma de convenio y entrega de kit merchandising a los miembros de la comunidad Jala La Oreja









7.12 Modelo de entrevista a público objetivo

Universidad Casa Grande - Proyectos de aplicación profesional
Jala la oreja - entorno digital
Modelo de entrevista para investigación cualitativa



¿Cuál es el medio por el que consumes música regularmente?

- Spotify
- Apple Music
- YouTube
- Otro _____

¿Qué tan importante es para ti usar esta plataforma?

¿Qué sueles hacer en la plataforma?

- Hago playlists
- Comparto música con mis amigos
- Sigo playlists
- Descargo música
- Otro _____

¿Pagas suscripción en alguna plataforma musical? ¿En cuál? ¿Cuánto pagas?

¿Cuánto estás dispuesto a invertir mensualmente en música?

- \$6- \$10
- \$11- \$20
- \$21 - \$40
- Otro _____

¿Qué te motiva a hacer esa inversión?

- Fidelidad musical
- Acceso a biblioteca musical
- Beneficios de tener una membresía
- Experiencia personal
- Contribución al artista
- Obtener algo a cambio
- Conocer a otros con mis intereses

¿Cuáles son los factores que influyen en ti al momento de realizar la compra de material musical?

- Precio
- Calidad
- Contenido

Utilizas redes sociales ¿Cuáles?

¿Cómo utilizas las redes sociales?

- Comentas
- Subes fotos
- Reposteas fotos
- Chateas
-



¿Escuchas música en redes sociales? ¿Cómo?

Dentro de una red social, ¿cómo prefieres o preferirías consumir contenido musical?

Videos
Lives
Ig TV
Infografías / Reels
Animaciones
Otro:

¿Qué te motiva a querer seguir a un usuario en las redes sociales?

Contenido informativo
Estética
Popularidad o Tendencia
Número de seguidores
Cuentas asociadas
Otro:

¿Qué es lo que más te atrae de un perfil en Facebook?

Feed
Contenido Informativo
Foto de perfil
Banner
Biografía
Nombre
Número de amigos
Amigos en común
Velocidad de respuesta
Constancia en sus publicaciones

¿Alguna vez clickeas la publicidad que aparece en redes? ¿Por qué?

Edad:
Sector donde vive:
¿Trabajas o estudias?:

7.13 Modelo de entrevista para artistas musicales de comunidad Jala la oreja

Universidad Casa Grande - Proyectos de aplicación profesional
Jala la oreja - entorno digital
Formulario de preguntas para elaborar biografía de artistas



1. ¿Dónde está radicada la banda/artista?
2. ¿Qué género musical te representa mejor?
3. ¿qué es lo que los diferencia del resto? / ¿Por qué es conocido el artista?
(SONIDO)
4. ¿A qué suenan?
5. ¿Cuáles son tus influencias?
6. ¿Por qué decidiste comenzar a hacer música?
7. ¿Cuándo comenzaste a hacer música, publicar música y/o actuar en directo?
8. ¿Dónde has sonado? Experiencia en escenarios / actuaciones más importantes
9. ¿En qué disqueras o sellos produces tu música?
10. ¿Cómo describe la gente tu sonido? Sé específico.
11. ¿Qué estás haciendo ahora mismo? (Tour, estudio, colaboraciones, etc.)
12. ¿En qué otros proyectos has colaborado? (Programa de radio, organización de eventos, etc.)
13. Cronología de lanzamientos
14. Video musical más importante + anécdota

Universidad Casa Grande - Proyectos de aplicación profesional
Jala la oreja - entorno digital
Formulario de preguntas para elaborar biografía de artistas



15. 5 fotos.

7.14 Modelo de entrevista para productores musicales y gestores culturales de comunidad Jala la oreja

Universidad Casa Grande - Proyectos de aplicación profesional
Jala la oreja - entorno digital
Formulario de preguntas para elaborar biografía de gestor



Formulario de preguntas para biografía de gestor cultural / roadie / productor de conciertos / label manager

1. ¿Dónde estás radicado?
2. Cuéntanos tu experiencia organizando conciertos.
3. Puedes nombrar las bandas que has manejado.
4. Qué hace diferente tu trabajo / metodología / visión de tu negocio
5. Qué estás haciendo actualmente
6. Qué otros proyectos estás colaborando
7. Por qué decidiste trabajar con bandas

Cronología de trabajos: en qué año sucedieron las cosas

5 fotos.

7.15 Modelo de entrevista de evaluación de proyecto a público objetivo

Universidad Casa Grande - Proyectos de aplicación profesional
Jala la oreja - entorno digital
Modelo de entrevista para investigación cualitativa



Entrevista

¿Qué viene a tu cabeza si te pregunto por música contemporánea guayaquileña?

¿Te gustaría saber o aprender de la música contemporánea guayaquileña? Por qué? Qué cosas?

¿Qué piensas del género musical rock?

¿Cómo te sientes al pensar que en Guayaquil se hace música rock?

¿Qué piensas del músico rockero guayaquileño?

¿Qué piensas de las personas a las que les gusta el rock?

¿Sigues a Jala la Oreja? ¿En qué red social?

¿Qué artistas identificaste dentro del Fan Page de Facebook?

¿Los conocías anteriormente? ¿A cuál?

¿Crees que la página te ayuda a conocer más artistas guayaquileños?

7.16 Correo electrónico enviado a instituciones académicas

El Rock feat. Universidad Casa Grande



Jala La Oreja <jalalaorejaec@gmail.com>
para hasmikt

📧 lun, 9 nov 13:54 ☆ ↩ ⋮

Estimada Hasmik Terterian,

Es un gusto saludarle, somos el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de Universidad Casa Grande, "Jala La Oreja". En esta primera edición de proyecto convocamos a varios artistas, entre ellos ex - alumnos de la Carrera de Artes Musicales UEES: Fabrizio Paredes de la banda de rock Ludovico y Bryan Cuadrado, productor de su propio sello y líder de su proyecto funk, BC Funk.

Deseamos su colaboración para enviar el boletín adjunto a través de sus medios de comunicación interna y una publicación por facebook para difundir la actividad de los músicos de UEES dentro del proyecto. O si fuera posible, el correo de la persona encargada del asunto.

Saludos Cordiales! #arockear

Grupo Jala La Oreja.



El Rock feat. Universidad Casa Grande / Universidad Católica Santiago de Guayaquil



Jala La Oreja <jalalaorejaec@gmail.com>
para info.artesyhumanidades

📧 lun, 9 nov 13:57 ☆ ↩ ⋮



El Rock. feat. Universidad Casa Grande / Un Jardín En Tu Garaje - Balandra Cruz del Sur Recibidos ✕



Jala La Oreja <jalalaorejaec@gmail.com>
para jardinentugaraje →

📧 lun, 9 nov 13:58



Estimados Jardín En Tu Garaje,

Es un gusto saludarle, somos el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de Universidad Casa Grande, "Jala La Oreja". En esta primera edición de proyecto convocamos a varios artistas, entre ellos, el ex-alumno del Balandra Cruz del Sur, Daniel Vinueza, vocalista y líder de la banda de rock alternativo Cadáver Exquisito

Deseamos su colaboración para enviar el boletín adjunto a través de sus medios de comunicación interna y una publicación por facebook para difundir la actividad de sus músicos dentro del proyecto. O si fuera posible, el correo de la persona encargada del asunto.

Saludos cordiales,

Grupo Jala la Oreja

3 archivos adjuntos

