TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Evaluación del proyecto audiovisual experimental “Encuentros cercanos de seis tipos” con millennials y migrantes digitales generadores y consumidores de contenido.

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Presentado por:
Xavier Andrés García Parodi

Equipo de Asesores:
José Miguel Campi Portaluppi
Viviana Elizalde

Para optar al grado de:
Licenciado en comunicación audiovisual y multimedia.

GUAYAQUIL - ECUADOR
13 DE NOVIEMBRE DEL 2016

Resumen

El estudio de la “Evaluación de la recepción del proyecto audiovisual experimental ‘Encuentros cercanos de seis tipos entre milennials y migrantes digitales generadores y consumidores de contenidos digitales” tiene como objeto determinar la apreciación de una de nuestras principales muestras frente a la temática presentada en el producto “Encuentros cercanos de seis tipos”, con el fin de obtener información acerca de posibles cambios que pudiéramos hacer en el mismo.

El diseño de la investigación tuvo un enfoque cualitativo utilizando como técnica de investigación, el screening digital del primer corte de este producto y un cuestionario de apreciación audiovisual.

Palabras claves: extraterrestres, metadocumental, metaficción, apreciación audiovisual, milennials.

Índice

Capítulo 1: Resumen del proyecto grupal

1.1. Introducción…….....**5**

1.1.1. Contexto…….....**5**

1.2. Detalles del proyecto……...**9**

Capítulo 2: Evaluación individual

2.1. Introducción……...17

2.2. Diseño metodológico……..17

2.2.1. Descripción de objetivos……..17

2.2.1.1. Objetivo General……...17

2.2.1.2. Objetivos específicos……17

2.2.2. Unidades de análisis…….18

2.2.3. Muestra…….18

2.2.4. Enfoque……19

2.2.5. Instrumentos de medición y técnicas utilizados……...19

2.3. Resultados de la evaluación……..20

2.3.1. Opinión frente a la temática propuesta…….20

2.3.2. Emociones y sentimientos evocados……22

2.3.3. Contenido que preferirían ver o no ver del producto……...22

2.4. Conclusiones de la evaluación……..24

2.5. Recomendaciones……..25

2.6. Reflexión personal.....25

2.7. Bibliografía……26

2.8. Anexos……29

Capítulo 1: Resumen del proyecto grupal

Este documento de trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Audivisual y multimedia es producto de dos etapas. La primera etapa consistiendo en el desarrollo de un documento grupal que sustenta el proyecto a realizar, y la segunda etapa siendo la elaboración de un documento individual que evalua un aspecto específico del producto final.

Este primer capítulo es un resumen del trabajo en conjunto de un equipo interdisciplinario en el que intervinieron Antonio Jurado, Francisco López, Josué Bonnard, María José Cabrera, Jorge Morejón y Xavier García.

El segundo capítulo presentará el diseño metodológico, los resultados de la evaluación, las conclusiones y reflexiones personales que son producto únicamente del autor intelectual del presente documento.

1.1. Introducción

1.1.1. Contexto

En el año 2013 entró en vigencia la actual ley de comunicación, la cual establece que el 60% de la producción audiovisual de los medios de comunicación del país debe ser nacional. Como consecuencia a la implementación de esta ley, se ha producido un aumento en la creación de productoras independientes. En lo

referente al cine, es un hecho que la gran mayoría de las películas proyectadas en el país son extranjeras, predominando las de Hollywood. Se han registrado un total de 57 estrenos nacionales entre los años 2007 al 2015 en las salas de cine, en contraste con 136 estrenos previstos de películas extranjeras tan sólo en el año 2016 (Sandoval, 2016). Según el Consejo Nacional de Cine (2015), las películas nacionales no tiene éxito comercial; en el 2012, la taquilla de las salas de cine comerciales atribuyó el 99% de sus ingresos exclusivamente a las películas internacionales, mientras que la taquilla de películas nacionales contribuyó con 0.93% de la taquilla.

Gracias a la implementación de la ley de comunicación, en el 2013 se disparó el número de estrenos de películas nacionales de seis a catorce, pese a que el número de espectadores tan sólo creció en un 5%. Razón por la que las cadenas de cine deciden dejarlas fuera de las carteleras o darles menor espacio de proyección (Fernando Criollo 2014). En la actualidad, el cine ya no es el medio principal para ver películas. Durante estos últimos años ha aumentado la audiencia en medios como DVD/BLU-RAY, páginas de internet y tv por suscripción online como Netflix. Según un estudio realizado por el Consejo Nacional de Cine (Zurita Santacruz, 2015), el 94% de la población ecuatoriana ve películas mediante la televisión nacional, el 76% por televisión en cable, el 60% en dvd y blu-ray, el 46% va al cine comercial, el 23% mediante páginas de internet y el 4% mediante Netflix. De los cuales sólo el 25% del total de encuestados había visto una película nacional en los últimos doce meses y el 36% afirmaban nunca haber visto una película ecuatoriana en su vida. Está claro que el aumento de los medios alternativos para

proyectar películas es una plataforma importante para la industria nacional, que dado por las estadísticas no está siendo explotada lo suficiente.

El documental es el género menos favorecido por el público ecuatoriano, según datos obtenidos del Consejo Nacional de Cine (Zurita Santacruz, 2015), siendo éste la última opción escogida. Por lo que es sorprendente que se lleve a cabo anualmente el festival de Encuentros del Otro Cine, uno de los festivales de documentales más importantes del país donde alrededor de quince mil personas participan en su organización, sigue sorprendiendo que todo esto gira en torno a un género que no tiene tanta acogida. Juan Martín Cueva, ex-director del Consejo Nacional de Cine, expresa en una entrevista que el documental es una de las fortalezas del cine nacional por la calidad de producción (2014). Además añade que este es un fenómeno particular de Ecuador que no refleja la realidad de otros países de la región.

Los documentales tienen distintos géneros, entre ellos resalta la ciencia ficción como un exponente importante en el país, sobre todo llamando la atención los encuentros extraterrestres. Aún cuando el Ecuador se establece mediante la Constitución como un Estado laico y la fé católica resulta la más arraigada. En el contexto social se observa que el Ecuador es un país rico en tradiciones culturales y religiosas, las cuales se entrelazan con tradiciones autóctonas. Por lo que se puede observar un sincretismo entre tradiciones culturales y ritos religiosos. Holland afirma (2009) “Algunos grupos etnolingüísticas, particularmente de gente indígena que vive en las montañas, siguen un catolicismo sincretista que combina creencias amerindias animistas y prácticas de la doctrina católica ortodoxa. A menudo, se veneran los santos católicos de manera similar a las deidades indígenas.” Esta

sociedad acepta un sin número de creencias como la norma, mientras que existen algunas que son ridiculizadas. Este siendo el caso de las creencias del fenómeno OVNI en nuestro país. Jaime Rodríguez es el mayor referente de la investigación OVNI en el Ecuador. Lleva alrededor de 30 años de su vida dedicándose a difundir conocimientos y experiencias propias en el tema. Anteriormente a través de su programa *Extraños Universos* y ahora mediante su serie *Ignotum*, el cual es únicamente presentado a través de la plataforma digital CNT Play. Jaime Rodríguez, en su labor como ufólogo ha dedicado su vida a desmentir y probar mitos de temática paranormal y OVNI, sin contar con mucha credibilidad por parte de la sociedad ecuatoriana. Además, se ha dedicado a recoger información sobre este fenómeno y presentarla en forma de productos audiovisuales, que se utilizan en documentales científicos. Lo característico en sus producciones es que siempre intenta presentar el fenómeno OVNI de una manera veraz, como lo hacen en distintos documentales y/o series internacionales tales como *Alienígenas Ancestrales,* programa conocido de History Channel. Esta última es una serie documental que narra la interpretación de ciertos expertos sobre la supuesta participación de extraterrestres en la historia de la humanidad.

Existen diversas formas de realizar un documental, entre ellas encontramos el formato de metadocumental. El cual se diferencia del resto porque muestra el proceso de realización del documental en sí, es decir se muestra tanto la forma en la que se realiza el documental como el contenido ligado a la temática central. Se caracterizan por mostrar a sus realizadores y los distintos procesos que atraviesan para obtener un producto que presenta una historia genuina relacionada con su producción. El metadocumental fue un concepto introducido por la escuela de viena

y la escuela de polaca y explica lo siguiente: “Con el concepto metadiscurso aludimos a cualquier proceso de autorreferencia o descripción de un arte o una ciencia. Se trata de aquel discurso que habla de él mismo o se quiere referenciar mediante su mismo discurso; es lo que pasa cuando hablamos de metacine o metadocumental” (Blascos y Campos, 2010). En el Ecuador no se han producido metadocumentales en gran cantidad, convirtiéndolo en un género relativamente inexplorado en el país.

Es de suma importancia establecer que dentro de la sociedad se ha visto un aumento importante en el consumo del contenido web. En el Ecuador son 7.6 millones de habitantes que se encuentran conectados por la web y 4.4 millones los que están conectados a través de un dispositivo móvil. Esto ha creado que distintas plataformas se establezcan como distribuidoras importantes de contenido, convirtiéndolas en opciones relevantes al momento de tomar decisiones sobre el plan de difusión y distribución del documental. Entre las plataformas más relevantes se encuentran: Netflix, CNT Play, Claro video y Youtube. Esta última siendo la plataforma de video más importante a nivel mundial, dado a la facilidad de subir y compartir una gran variedad de contenido audiovisual.

1.2. Descripción del proyecto

‘Encuentros cercanos de seis tipos’ es un proyecto que busca en sí por medio de un producto audiovisual experimental conocer más de cerca las teorías y

prácticas en relación a las creencias sobre el fenómeno extraterrestre, siendo guiado por seis personas con motivaciones diferentes.

Se decidió utilizar un producto audiovisual como forma de explorar estas creencias, para así documentar de una forma más fiel y cercana los pasos realizados en el proceso. Este producto audiovisual desde sus inicios se presenta como un experimento documentado de seis personas girando en el ejercicio de creer y la búsqueda de respuestas, un proceso que no tiene en sí un rumbo fijo.

Los resultados obtenidos por medio de la documentación son en su totalidad reacciones de los personajes principales frente a sus descubrimientos, por lo que sus discusiones, e incluso las transmutaciones -o no- de sus creencias originales, son espontáneas y honestas. Esto permitirá que el espectador sienta cercanía y empatía sea con alguno de los personajes o con la situación en la que se encuentran.

Este proyecto busca aportar a la industria cinematográfica nacional por la mezcla y presencia de ciertos elementos pertenecientes a un género que no figura entre las producciones locales que es el metadocumental y la metaficción. La producción ecuatoriana por la extensa variedad de géneros cinematográficos extranjeros que existen y son proyectados en sus cines, necesita generar producciones con propuestas diferentes y llamativas que atraigan a un público, que por el amplio alcance de productos audiovisuales por internet, tienen niveles de exigencia superiores a los que se han visto en los últimos años.

La existencia de este proyecto en sí aporta a la industria cinematográfica que es un área 'joven' actualmente en crecimiento. Este producto audiovisual es un experimento meta-documental y meta-ficción cuyo resultado pretende ser un aporte innovador a la historia de la narrativa audiovisual en el país.

Otra cosa a destacar es la forma en que se abordó el tema de las creencias sobre el fenómeno OVNI buscando retratar la parte humana de los ufo-creyentes con sus respectivas reflexiones sobre el tema de una forma empática mas no en búsqueda de evidencias o testigos.

Este producto es viable porque el formato en que se realizó mantiene parámetros más apegados al género metadocumental haciéndolo más orgánico, sin altos costos en la producción del mismo. Tampoco se realizaron gastos en actores, equipo de producción o alquiler de equipos extra, haciendo el presupuesto asequible para los que conformaron la producción.

Por otro lado los expertos en el fenómeno OVNI colaboraron sin pedir nada a cambio, dado que parte de sus intereses personales radican más en despejar dudas a aquellos que buscan respuestas acerca del tema.

Para realizar este proyecto era necesario tener definidas las siguientes variables:

Ufo-creyentes

Sujetos que afirman la existencia de extraterrestres; pudiendo ser ufólogos reconocidos, miembros de agrupaciones o personas naturales que creen en la existencia de los extraterrestres. Los ufo-creyentes tienen la creencia que estos seres mantienen una relación con los seres humanos en la que su presencia tiene una razón trascendental e importante para la humanidad.

Ufo-escépticos

Sujetos que afirman que los extraterrestres no existen y/o no tienen ninguna incidencia en la Tierra. Generalmente aseguran que los eventos que se definen como parte del fenómeno OVNI son, en realidad, fenómenos que tienen una explicación lógica científica. Para los ufo-escépticos, la ufología es absurda y los ufólogos son personas muy crédulas o charlatanes.

Millennials

Es un término aplicado a individuos que alcanzaron la adultez alrededor del siglo 21, actualmente entre las edades de 20 a 35 años . Esta generación creció en un mundo lleno de tecnología, con fácil acceso a computadoras y la comunicación

online y por ende múltiples redes sociales, por lo que se ha convertido en el objetivo primordial del marketing de esta era.

Migrantes Digitales

Son todas aquellas personas nacidas antes del año 1990, es decir en la era pre digital. Razón por la que han tenido que adaptarse a herramientas digitales, encontrándose con grandes dificultades.

El objetivo general del proyecto consistió en abordar el tema de las creencia tomando como punto de partida las creencias en relación con el fenómeno OVNI por medio de un proyecto audiovisual experimental.

El grupo objetivo que se eligió para este proyecto fueron los Millennials / Migrantes digitales - generadores y consumidores de contenido (prosumer).

Se escogió este público porque es el más activo en medios digitales y en plataformas para ver series y películas en *streaming*, que son los posibles canales mediante los cuales se llevará a cabo la distribución del producto audiovisual. Este público es consumidor voraz de contenidos de video y están en constante búsqueda de nuevos referentes.

Para empezar la investigación se definió como objetivo general, recopilar la información sobre el creer con foco en el fenómeno OVNI desde perspectivas científicas, pseudo-científicas, experiencias y la información existente alrededor de la actividad extraterrestre en el país, en un periodo comprendido entre mayo y septiembre de 2016, para presentarla como un producto audiovisual documental.

Los objetivos específicos fueron los siguientes:

- Identificar los sitios donde existe mayor contacto y avistamiento OVNI en el país.
- Conocer las opiniones de los expertos en el tema de ufología dentro del país sobre las creencias y la existencia de seres extraterrestres.
- Conocer las múltiples creencias y rituales que existen en torno a las creencias del fenómeno OVNI en Ecuador.
- Profundizar en cómo se construyen, se mantienen e interrelacionan los sistemas de creencias a partir de opiniones de expertos en temas de psicología, antropología y sociología.
- Analizar referentes audiovisuales a nivel local e internacional del género documental y en relación a la temática de las creencias.
- Conocer los referentes y las prácticas de consumo mediáticos de la audiencia tentativa.
- Identificar los canales de distribución mediáticos utilizados por la audiencia tentativa.
- Definir cuáles son los productos audiovisuales preferidos por la audiencia, dentro del género documental y otros géneros.

- Analizar las diversas plataformas en las que se puede distribuir el producto audiovisual.

Este proyecto dio como resultado “Encuentros cercanos de seis tipos”, el primer producto audiovisual metadocumental y metaficción acerca de las ufocreencias contado desde el punto de vista de seis personas con creencias y motivaciones muy diferentes, mostrando sus vivencias y reflexiones.

Para la ejecución de este documental, se tomaron en cuenta las recomendaciones de los expertos en ufología sobre las zonas donde ellos han registrado más avistamientos y las prácticas que se deben llevar a cabo.

En Ecuador, los lugares señalados son los triángulos de Playas, Puná y Posorja; Cotacachi, el nudo de Mojanda Cajas y el Imbabura; también La Maná, el Parque nacional Cajas, Arenillas y Chirije, por lo tanto, se realizaron viajes a algunos de estos lugares para hacer observación de campo. Los expertos también señalaron diversas prácticas destinadas a facilitar el contacto extraterrestre, por lo tanto, se llevaron a cabo como parte de la experiencia. Las prácticas son hacer vigilias y observaciones al cielo en la noche, meditar y alcanzar un estado de relajación y apuntar una linterna hacia el cielo.

Se obtuvieron consejos útiles y necesarios para el desarrollo de las entrevistas a personas que han sido contactadas o abducidas, con el fin de generar un ambiente ameno y de aceptación a sus historias, sin provocar hostilidad o duda

que puedan incomodar a los entrevistados. Las personas que no se afilian a las creencias predominantes tienden a sentirse apartados y juzgados. Los ufo-creyentes son personas que afirman que existen los extraterrestres en la Tierra y sus ideas son, efectivamente, minimizadas o hasta ridiculizadas por la mayoría. Para tratar con ellos, es necesario hacerlo desde una postura empática y con mente abierta, sin juzgar sus ideas.

En las distintas plataformas que se han investigado para difundir el documental, es recomendable usar *Youtube* como plataforma principal para distribuir el documental, ya que tiene una audiencia considerablemente grande en el Ecuador, que engloba en su gran mayoría al grupo objetivo. *Youtube*, además, supera los límites geográficos con un alcance de mil millones de usuarios a nivel mundial. Como complemento a esta plataforma, se puede optar por la distribución a través de las redes sociales, siendo facebook la red social con mayor acogida en todo el país.

El formato elegido para este proyecto es el de metadocumental y metaficción, porque revisando documentales que abordan la temática OVNI, se ha decidido romper con la estética, narrativa y fotografía usualmente utilizada por este tipo de productos audiovisuales. El tono informal e improvisado de metadocumentales como *Neistat Brothers* y *Mapa* podrían contribuir a demostrar de mejor manera el proceso y permitiría a los realizadores dinamizar cada una de las partes documentadas.

Capítulo 2: “Evaluación de la recepción del proyecto audiovisual experimental ‘Encuentros cercanos de seis tipos entre milennials y migrantes digitales generadores y consumidores de contenidos digitales”

2.1. Introducción

Esta evaluación se realizó a través de un screening digital del primer corte del proyecto audiovisual y un cuestionario de apreciación audiovisual. Fue realizada con un primer corte para aprovechar la retroalimentación obtenida y así mejorar ciertos aspectos del producto final.

2.2. Diseño metodológico

2.2.1. Descripción de los objetivos

2.2.1.1. Objetivo General

Conocer la percepción de las personas pertenecientes a la generación millennials y migrantes digitales sobre el primer corte del proyecto audiovisual experimental “Encuentros cercanos de seis tipos”.

2.2.1.2. Objetivos específicos

- Identificar las opiniones, sugerencias e impresiones de la muestra respecto al primer corte del proyecto audiovisual experimental “Encuentros cercanos de seis tipos” para informar así el corte final.
- Registrar sensaciones y sentimientos que causó el primer corte del producto audiovisual experimental “Encuentros cercanos de seis tipos” en la muestra.
- Determinar la relevancia que tiene la temática del producto frente a la muestra.

2.2.3. Unidad de análisis

- Grupo: Millennials y migrantes digitales de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Se escogió este grupo porque es el más activo en medios digitales y en plataformas para ver series y películas en *streaming*, que son los posibles canales mediante los cuales se llevará a cabo la distribución del producto audiovisual. Las personas pertenecientes a este grupo son consumidores activos de productos audiovisuales y están en constante búsqueda de nuevos referentes.

2.2.4. Muestra

Se sondeó el primer corte entre personas pertenecientes al grupo millenials y migrantes digitales generadores y consumidores de contenido digital. El grupo fue conformado por veinte personas elegidos de forma aleatoria, de los cuales diez eran millennials y diez migrantes digitales. Estos eran hombres y mujeres entre 20 – 55 años, de clase social media alta y alta de diferentes profesiones (Anexo 1).

2.2.5. Enfoque

Debido al tipo de producto que se realizó, fue necesario usar un enfoque investigativo cualitativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2006) para poder evaluarlo de forma correcta con el fin de poder crear una base de información, sobre la cual se podría hacer modificaciones basadas en una retroalimentación que mejore el producto final.

2.2.6. Instrumentos de medición y técnicas utilizadas

Screening digital y cuestionario de apreciación audiovisual

Para empezar la medición fue necesario realizar un screening digital del primer corte del proyecto audiovisual experimental “Encuentros cercanos de seis tipos”. Para realizar esto se envió el link del video a los participantes de este sondeo,

para que puedan verlo y luego registrar sus opiniones por medio de un cuestionario de apreciación audiovisual.

Después de realizar el screening digital del primer corte de este proyecto audiovisual experimental, cada espectador perteneciente al grupo objetivo respectivo, procedieron a llenar un cuestionario de apreciación audiovisual. Este cuestionario estaba constituido por preguntas de escala cuyo objetivo fue medir y registrar lo que conocían acerca del tema. También habían preguntas de respuestas abierta acerca de la temática y el contenido de lo que habían visto y otra donde se estudiaban los sentimientos evocados al ver el desarrollo de esta historia. (Anexo 2).

2.3. Resultados de la evaluación

Los resultados a mostrar en este apartado son basados en las respuestas obtenidas del cuestionario de apreciación audiovisual realizado por el grupo objetivo ya antes mencionado. Para organizar mejor la información se dividieron los resultados en tres grupos: La opinión frente a la temática propuesta, las emociones y sentimiento evocados y que contenido quisieran que se agregue al producto final para que sea más atrayente.

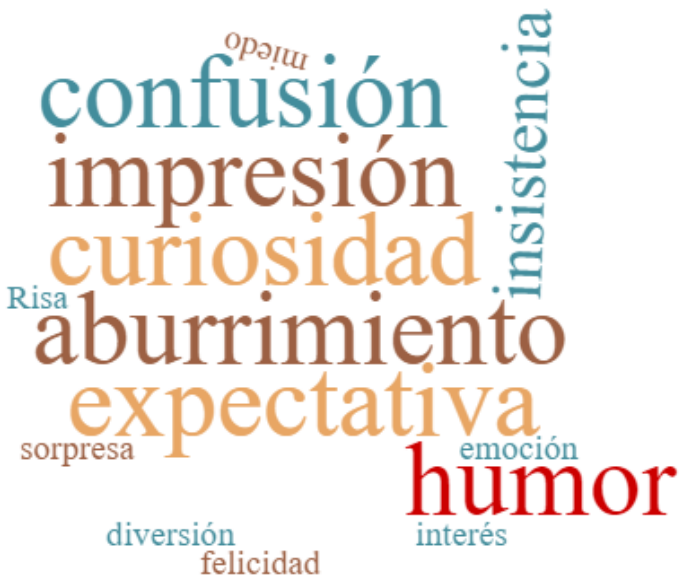
2.3.1. Opinión frente a la temática propuesta

En lo que respecta a la opinión del grupo objetivo frente a la temática propuesta, se empezó investigando qué tanto conocen acerca de la misma por medio de una escala de medida del 1 al 5, donde 1 representa nada ascendiendo a 5 que significa mucho. Se observó que el 10% de la muestra no posee ningún tipo de conocimiento acerca del tema, sin embargo, el 60% posee un conocimiento intermedio, seguido por un 25% que afirma saber un poco más de la media finalizando con solo el 5% siendo muy conocedor del tema. (Anexo 3, Fig 1)

La muestra mencionó que conocían algunos productos audiovisuales de la misma temática, entre estos se encontraba la serie documental *Alienígenas Ancestrales* del canal History Channel y múltiples documentales sobre OVNIS, en canales de televisión pagada.

Finalmente se preguntó qué les pareció la temática y la historia planteada en este proyecto audiovisual experimental. Entre las respuestas más destacadas se mencionó que fue un tema interesante planteado de una forma diferente porque no busca probar la existencia de algo por medio de pruebas físicas como se acostumbra en la mayoría de productos con temáticas parecidas. Otras respuestas interesantes fueron que el producto tiene un tono bastante realista, natural y creíble enfocándose en los personajes frente al tema, generando interés en este tipo de creencias.

2.3.2. Emociones y sentimientos evocados.



Entre los sentimientos y emociones generados por este producto hay presente una mezcla entre sentimientos positivos y negativos. En lo positivo se observa que existe curiosidad, expectativa, humor e impresión. En lo negativo existen emociones como aburrimiento, confusión e insistencia.

2.3.3. Contenido que preferirían ver o no ver del producto.

Para introducir que preferían ver o no ver en el producto, se necesitaba saber lo que aprendieron de cada uno de los personajes para saber si lo planteado por los realizadores estaba claro. Es por esto que se le pidió a la muestra que den en pocas palabras una descripción de cada uno de los personajes principales. A Xavier la mayoría lo identificó como el que no espera encontrar nada por su grado de escepticismo. Con Antonio el caso fue distinto, porque a él lo identificaron como un líder que busca experimentar cada detalle del viaje y contagiar al resto del equipo. A Jorge lo identifican como el más locuaz, divertido, burlón e inocente que

se deja influenciar mucho por las opiniones que el resto dice. A María José la catalogan como crédula, cambiante e inocente. No muchos pudieron describir a Josué por falta de acciones de parte de él, pero los pocos que lo hicieron dijeron que este se burla mucho de las personas que tienen creencias distintas a las que el posee. Para finalizar de Francisco no se tiene una idea tan clara por la poca aparición que este tiene en este producto. Pero entre las cosas que se identificaron de él es que es un personaje muy directo que posee el deseo por experimentar o vivir este viaje de una forma espiritual y muy personal.

Luego se realizaron preguntas que llevaban al encuestado a calificar de forma personal el producto. Unos dijeron que les gustó mucho el estilo utilizado (metadocumental) porque es diferente a la mayoría de los documentales que conocen. Otros mencionaron que una de las cosas más importantes que posee el producto es el interés que genera en los espectadores por conocer más acerca de este tipo de creencias en nuestra sociedad. Respecto a que escenas gustaron más una de las escenas elegidas por los encuestados fue el primer avistamiento en la Isla Puná que a pesar de no mostrar lo que ellos vieron, generó sorpresa y emoción por conocer qué es exactamente lo que vieron. Otra de las escenas que más gustaron fue el enfrentamiento de Jorge contra Jaime Rodríguez porque por primera vez uno de los personajes expresa sus creencias frente a uno de los expertos siendo criticado fuertemente frente a otras personas.

El grupo también expresó que el proyecto puede mejorar agregando más acciones interesantes de lo que se vivió y no solo gente contando lo que sucedió.

También se mencionó que la burla constante que se hace de ciertas creencias de parte de algunos personajes son innecesarias y algo irrespetuosas. Se sugirió que se agregue más contenido, información y pruebas que hagan a los personajes reflexionar y no criticar. Como opinión final, una de las personas expresó que existen muchas escenas y situaciones que no aportan en nada a la narrativa haciendo que esta sea difícil entender por momentos.

Para finalizar se les preguntó al grupo respectivo si recomendarían o no, este producto audiovisual. El 75% dijo que no lo haría dejando a un 25% diciendo que sí. (Anexo 3, Fig 4)

2.4. Conclusiones de la evaluación

Como conclusiones de esta evaluación quedó claro que la gran mayoría de los sujetos pertenecientes al grupo objetivo si posee conocimientos respecto al tema propuesto e incluso referentes del mismo en productos audiovisuales. Respecto a la historia presentada, la mayoría se mantiene neutral, es decir, que la historia no es lo suficientemente interesante para ser excelente pero tampoco es mala porque sí genera interés en conocer más acerca de este tipo de creencias. Algo que destaca de este proyecto para la audiencia es que mantiene una dinámica y un estilo diferente que rompe los esquemas propuestos por la mayoría de sus referentes audiovisuales, porque aborda el tema de las creencias de una forma más real, creíble e interesante. Finalmente quedó claro que el producto como está, no genera el interés necesario para ser recomendado. Esto se debe a que la historia presentada tiene escasez de

acciones contundentes y sobra de muchos elementos repetitivos, largos, lentos, confusos e innecesarios que causan que la narrativa sea difícil de digerir o entender.

2.5. Recomendaciones

Como recomendaciones, lo más importante ahora es mejorar el producto audiovisual. Se plantea mejorarlo mediante la creación de situaciones entretenidas y dinámicas, además de una narrativa envolvente con más acciones e información interesante siempre destacando la humanidad de sus personajes. Esto provocará un mayor interés por parte del público generando más interés por el metadocumental y la temática propuesta.

2.6. Reflexión personal

Para mí realizar este producto audiovisual experimental de nombre "Encuentros cercanos de seis tipos" ha sido todo un reto por la dificultad que tuve de poder aceptar y respetar las creencias de otras personas.

Por otro lado, la experiencia de ir a buscar respuestas yendo a mirar el cielo ha sido una de las cosas más gratas que me ha brindado este proyecto, porque permitió encontrarme conmigo mismo, auto reflexionar y acercarme en cierta forma a un tipo de creencia espiritual que me permitió entender quien soy y dónde estoy realmente.

Algo interesante es que al realizar este proyecto me tocó poner en práctica todos los conocimientos aprendidos en la universidad. Al momento de preproducir todo se realizó de una forma organizada. En la parte técnica tocó incluso asumir distintos roles que iban desde camarógrafo, productor de audio e incluso postproductor. Todos estos conocimientos fueron un reflejo de la filosofía de aprender haciendo impuesta por la universidad, donde los conocimientos deben ser adquiridos de forma empírica.

Finalmente considero que este proyecto tiene la capacidad de terminar en algo muy interesante si se toman las indicaciones sugeridas. La temática planteada es muy buena porque explora un tipo de creencia que existe pero que no es compartida por muchos. Esto permite que en cierta forma este producto audiovisual pueda llegar a ser una ventana que muestra esta realidad que interesa a muchos pero de la cual pocos están dispuestos a hablar.

2.7. Bibliografía

Clifton l. Holland. (2009). *Enciclopedia de grupos religiosos en las américas y la península ibérica: Religión en Ecuador* . Recuperado de

http://www.prolades.com/cra/regions/sam/ecu/rel_ecuador09spn.pdf

Consejo Nacional de Cine. (2015). Posicionamiento de la actividad cinematográfica ecuatoriana. *Consejo Nacional de Cinematografía.* Recuperado de

http://www.cncine.gob.ec/imagesFTP/64159.ProyectoPosicionamientodelaactividadcinematograficaecuatoriana.doc

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Maldonado, C. (2014). El cine ecuatoriano entre la calidad y la cantidad. *Revista Mundo Diners*. Recuperado de http://www.revistamundodiners.com/?p=3505

Mejía, M. (2014). Entrevista a Juan Martín Cueva: No es cierto que no se vea cine nacional. *Gkillcity*. Recuperado de http://gkillcity.com/articulos/chongo-cultural/no-es-cierto-que-no-se-vea-cine-nacional

Redacción Cultura. (2015, 1 de Octubre). El 15% de espectadores prefiere documentales en 3 ciudades. *El Telégrafo digital*. Recuperado de http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura1/1/el-15-de-espectadores-prefiere-los-documentales-en-3-ciudades

Sandoval, C. (2016, 14 de marzo). El 78% de filmes que se estrenarán en Ecuador en 2016 son producidas o coproducidas por 'gringos'. *El Comercio*. Recuperado de: http://www.elcomercio.com/datos/porcentaje-peliculas-estrenos-ecuador-2016.html

Zurita, C. [Christian Zurita], (2014, octubre, 24). Infografía Estadísticas Ecuador [archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=0u8M8I6koEA

Zurita Santacruz, J. (2015). *Estudio de audiencias de cine en el Ecuador*. Quito: Marketing Consulting. Recuperado de http://www.cncine.gob.ec/imagesFTP/65213.ESTUDIOAUDIENCIASCINEECUADOR.pdf

CNCine. (2014). *Encuentros del cine ecuatoriano: Memorias de los encuentros nacionales del cine ecuatoriano 2013 y 2014.* Consejo Nacional de Cine. Recuperado de http://www.cncine.gob.ec/imagesFTP/40813.Libro_encuentros_cine.pdf

Universidad de Los Andes. (2008). *Nativos e Inmigrantes Digitales.* Recuperado de http://www.protecciononline.com/%C2%BFque-es-un-nativo-digital-y-un-migrante-digital/

Margaret Rouse. (2015). *What, exactly, is the Millennial generation?*. Recuperado de http://whatis.techtarget.com/definition/millennials-millennial-generation

Antoni Gutiérrez Rubí. (2014). *6 rasgos clave de los millennials.* Forbes Magazine México. Recuperado de

http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.2Bduh_g

Ingrid Blasco, Gloria Campos, Myriam Figueira y Marc Molinos. (2010). *Memoria del proyecto final Metalmendoc.* Universidad de Vic. Recuperado de http://metamentaldoc.com/Treball%20final.pdf

Hernández, Fernández y Baptista. (2006). *Metodología de la investigación.* Mc Graw Hill. Recuperado de https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion

2.9. Anexos

Anexos 1: Lista de los participantes de la muestra

Grupo 1: Milennials y Migrantes Digitales

Nombres	Apellidos	Edad	Profesión
Luis Andrés	García Toledo	22	Estudiante
Melissa Ariana	Martínez Castro	20	Estudiante
Isabela	Peñaherrera	21	Estudiante
María Soledad	Ochoa Ochoa	25	Médico
Luis Alfonso	Cerón Fierro	25	Ingeniero en Alimentos
Ricky	Ulloa Cruz	25	Ingeniero

Nicole	Fuentes	23	Comunicadora Audiovisual y Multimedia
Lizbeth	Cárdenas	24	Médico
Albany	Chaplin	27	Periodista
André Xavier	Estrada Chonqui	25	Ingeniero en Negocios Internacionales

Nombres	**Apellidos**	**Edad**	**Profesión**
Xavier Jorge	García	48	Licenciado
Fabricio Bolivar	Guerrero	38	Economista
María Gabriela	Ochoa Ochoa	37	Abogada
Jaime	Bolaños	36	Técnico en Producción de Audio
Maritza	Parodi Acevedo	48	Agente de Bienes Raíces
María José	Ochoa Ochoa	36	Veterinaria
Juan David	Morales	45	Publicista
Emilio Andrés	Guerrero	38	Periodista
Ivette	González	42	Costurera

Anexo 2: Cuestionario de apreciación audiovisual

Producto a analizar: Proyecto audiovisual experimental 'Encuentros cercanos de seis tipos'

1. Nombres y Apellidos

_____

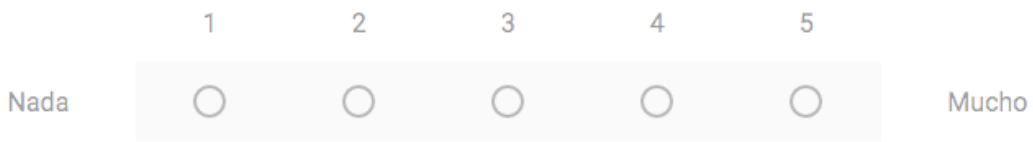
2. Edad

_____

3. Profesión

_____

4. ¿Qué tanto conoce sobre la temática OVNI?



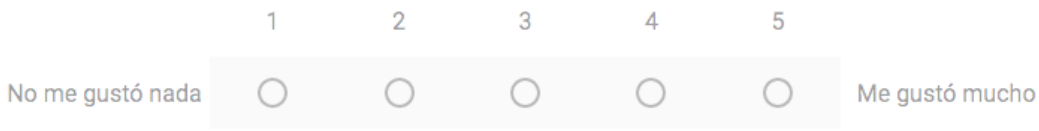
5. ¿Conoce algún otro producto audiovisual que toque la temática OVNI? ¿Cuales?

_____

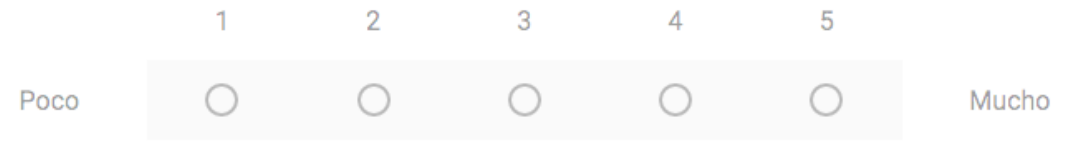
6. ¿Qué le pareció la temática de este proyecto audiovisual experimental?

_____

7. Califique del 1 al 5 que tanto le gustó la historia presentada en este proyecto audiovisual.



8. ¿En qué medida siente que este proyecto audiovisual l@ ayudó a conocer más de cerca este tipo de creencias?



9. Describa en pocas palabras lo que conoce de cada personaje al haber visto este producto.

Josúe:_____

Xavier:_____

Antonio:_____

Francisco:_____

Jorge:_____

María José:_____

10. ¿Qué sintió al ver este proyecto audiovisual? Escriba 5 emociones / sentimientos.

_____

11. ¿Qué fue lo que más le gustó de este producto?

_____

12. ¿Qué escena le gustó más? (Escriba el porqué de su elección)

_____

_____

13. ¿Qué considera que faltó o debe mejorar en la narrativa de este producto?

_____

_____

14. ¿Considera importante que existan proyectos audiovisuales de este tipo?

- ○ Sí
- ○ No

15. ¿Recomendaría este producto audiovisual a otras personas?

- ○ Sí
- ○ No

Anexo 3: Gráficas

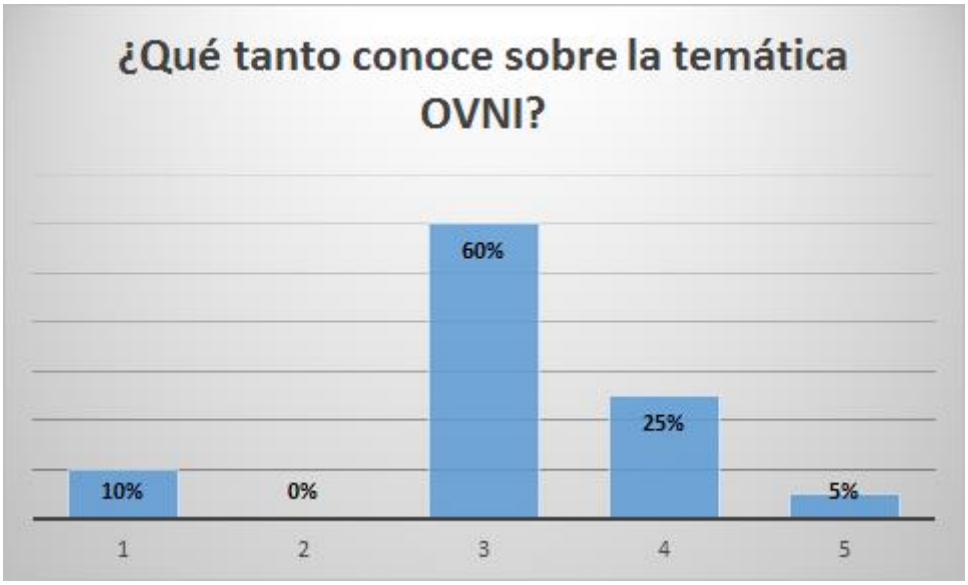


Fig 1. Conocimiento de temática OVNI en el grupo objetivo.

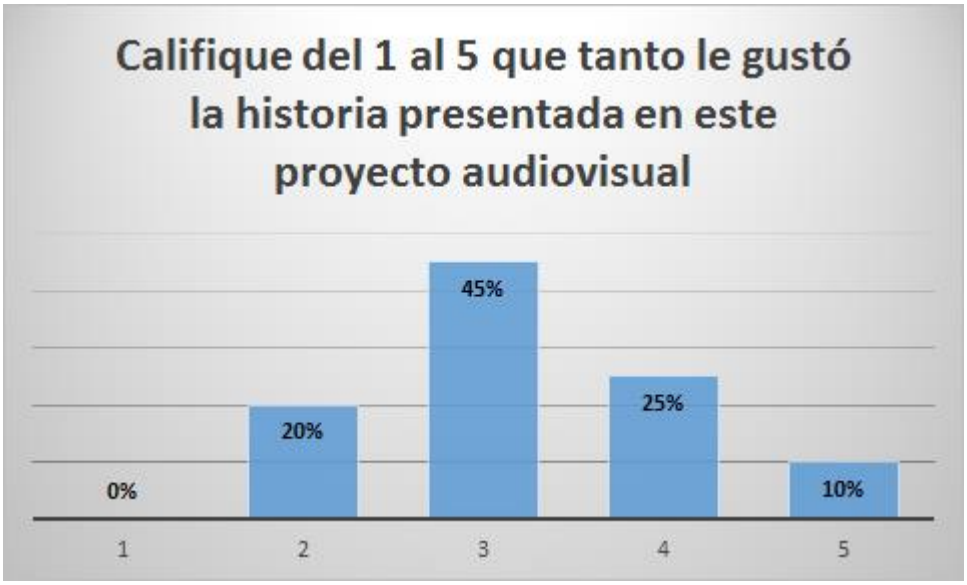


Fig 2. Escala de gustos de la narrativa presentada en el proyecto "Encuentros cercanos de seis tipo" de parte del grupo objetivo

Fig 3. Escala de conocimiento acerca de si este proyecto audiovisual ayudó a acercarse al espectador a las creencias.

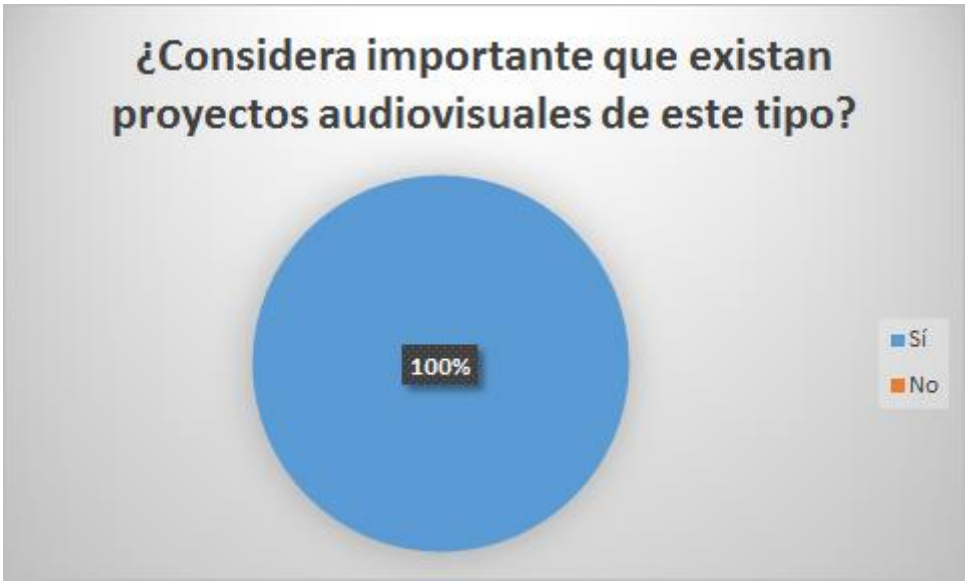


Fig 4. Interés por proyectos audiovisuales en el grupo objetivo

Fig 5. Opinión del grupo objetivo respecto a cuantos recomendarían este proyecto audiovisual a otras personas.