



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Evaluación de la estrategia de comunicación a la exhibición de arte digital:

“Mira...Miraflores 2017”

Para optar al grado de

Comunicación Audiovisual y Multimedia

Presentado por:

Grecia Soraya Salguero Santos

Asesor:

Lotty Palacios Wanke, Mgs

GUAYAQUIL, ECUADOR

MAYO DEL 2017

RESUMEN o ABSTRACT

El presente trabajo de titulación tiene como propósito realizar la evaluación de la estrategia comunicacional para la exhibición de Arte Digital “Mira...Miraflores 2017”, el documento expone la percepción de los moradores del barrio de Miraflores, para medir la efectividad de convocatorias y la asistencia para la exhibición de los habitantes del sector. Se evaluó si tuvo la acogida deseada para fomentar entre los moradores una convivencia positiva, permitiendo identificar las fortalezas del evento para determinar los aspectos a mejorar para proyectos futuros o similares que desarrolle la Universidad Casa Grande en el sector. El trabajo propuesto se contempló con entrevistas realizadas a personas de la ciudadela, quienes nos dieron sus opiniones acerca de las estrategias comunicacionales utilizadas para dar a conocer la exhibición artística. A través de la evaluación se podrá recibir una retroalimentación de las mejoras para implementarse próximas ediciones de este evento.

Los resultados obtenidos fueron positivos, la afluencia de personas a la exhibición Artística Digital fue aceptable, ya que cumplió con todas las expectativas planteadas.

PALABRAS CLAVES: Comunicación, Arte Digital, arte, digital, evaluación, moradores.

Indice

Introducción	1
1.- Motivación	3
2.- Metodología de la Investigación	3
2.1.- Naturaleza del Proyecto.....	3
3.2 Descripción de los Objetivos.....	5
3.2.1 Objetivo general:	5
3.2.2 Objetivos específicos	5
3.3 Unidades de análisis y muestras	6
3.3.1 Población y muestra de la investigación.....	6
3.4 Instrumentos de medición y técnicas	6
4.- Resultados	6
4.1 Objetivos específicos	7
4.1.1 Comentarios de Moradores.....	7
4.1.2 Objetivos específicos	7
4.1.3 Comentarios de Moradores.....	7
4.1.4 Objetivos Específicos	8
5.-Conclusiones generales	9
6.-Recomendaciones.....	10

7.-Autoevaluación	11
8.-Bibliografía	13
9.-Anexos	14

Introducción

Desde siempre el arte ha sido un medio innovador que permite mostrar los sentimientos y expectativas de los individuos de una forma diferente; por otra parte Guayaquil ha venido creciendo poco a poco, constituyéndose en una ciudad hermosa, llena de edificios, parques y sectores de gran relevancia como Miraflores, que es un barrio muy tradicional formado por casas, canchas deportivas, sectores comerciales, entre otros. Cuando inicio la ciudadela Miraflores se sentía un ambiente de compañerismo y trabajo en equipo, pero poco a poco la vida rápida, el cambio de los habitantes a otras ciudadelas y demás factores ocasionaron que los moradores comenzaran a distanciarse y preocuparse por ellos y no por el todo, es decir perdieron el deseo de integrarse con los otros vecinos y trabajar por el beneficio grupal, por tal motivo se busca impulsar la convivencia efectiva entre los miembros del sector, para lo cual se plantea una exhibición de Arte Digital, como una alternativa diferenciadora donde se involucrará de forma activa a los moradores.

El arte ha venido evolucionando a través del tiempo, tiene sus inicios en la época del imperio romano, donde a través de manifestaciones expresadas en paredes y espacios públicos las personas mostraban inconformidad por sus gobernantes. La comunicación en una pequeña comunidad consiste en transmitir ideas e información acerca de una iniciativa y/o asunto de interés del sector. No solamente se refiere a darle publicidad o a promocionar un programa, sino a comunicar la verdadera índole de una organización y los asuntos que trata. Si la organización desea alcanzar sus objetivos, debe hacer llegar el

mensaje a la población meta y más allá. Pueden existir diferentes motivos para querer hacer esto dependiendo del carácter de la iniciativa.

Es necesario echarle un buen vistazo al trabajo de la iniciativa, porque se puede estar haciendo bien las cosas, pero ¿lo sabe la comunidad? , que para incrementar el nivel de conocimiento acerca de la organización o iniciativa se necesita comunicar de lo que se trata. Este tipo de comunicación puede adoptar diferentes formas pero algunas de las más comunes son:

- Correr la voz
- Comunicados y conferencias de prensa
- Reportajes o artículos tanto en los periódicos como en los otros medios de comunicación
- Publicidad pagada y pública (tanto en periódicos como en otros medios)
- Carteles, folletos y volantes
- Correo electrónico o postal
- Sitios Web de la organización
- Boletín informativo de la organización. (<http://ctb.ku.edu/es>, 2016)

Bajo lo expuesto a través de diferentes entrevistas se obtuvo información importante que permitió evaluar si las estrategias comunicacionales utilizadas para el evento fueron las adecuadas para lograr que la comunidad forme pieza importante en la exhibición, originando la integración entre los miembros.

1.- Motivación

El trabajo que se ejecuta diariamente en el mundo televisivo, permite que nos involucremos continuamente en temas de índole artístico, lo cual junto a la tecnología que forma parte del diario vivir, ha brindado esa experiencia para poder dirigir la logística de este evento como fue la exhibición Arte Digital, por lo que es evidente el involucramiento de la gestión, que es la motivación de formar parte de esta oportunidad para contribuir a mejorar la comunicación y la convivencia de una comunidad como es el de la ciudadela Miraflores, dejando un precedente para que los moradores continúen trabajando en la mejora de la socialización entre ellos.

La realización de una exhibición de arte digital para los habitantes de la ciudadela Miraflores, permitió transmitir el arte de manera sencilla y directa, generó expectativas en los transeúntes y moradores del sector, constituyéndose en un atractivo para el lugar donde se desarrolló. De aquí parte la importancia de evaluar el impacto que tuvieron las estrategias de comunicación en los moradores de la ciudadela Miraflores quienes asistieron al evento el cual sirvió para identificar las fortalezas y debilidades, y poder detectar posibles mejoras en la comunicación con los moradores del sector para proyectos futuros. Este trabajo por su contenido tiene relevancia social, cultural e investigativa.

2.- Metodología de la Investigación

2.1.- Naturaleza del Proyecto

El presente trabajo investigativo consiste en evaluar la comunicación que se manejó en el evento de Arte Digital “Mira...Miraflores 2017”, para determinar si la exhibición tuvo la acogida necesaria y permitió a los habitantes integrarse y socializar

entre ellos. Para la comunicación del evento se utilizaron las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter. Se escogió Facebook porque abarca un mayor número de espectadores, Instagram porque es la red social más utilizada para el uso de pictografías e imágenes y Twitter porque es un medio donde los usuarios buscan noticias actualizadas, lo que contribuiría tanto en la difusión de fotografías del evento, así como de las obras de arte más destacadas,

Los resultados de comunicación en las redes no fueron favorables, ya que en Facebook tuvimos 25 seguidores y 45 visualizaciones, Instagram no se pudo subir por falta de una persona que lo administre y Twitter 7 seguidores y 45 visualizaciones; este efecto debe a dos motivos primero tener un administrador constante de las redes y segundo el tiempo de exposición.

Resultados de redes sociales

Redes	Seguidores	Visualizaciones
Facebook	25	45
Instagram	no tenia administrador	
Twitter	7	45

Figura # 1

Otro instrumento fue la televisión la cual llega a una gran cantidad de personas, porque es un medio masivo de comunicación, se utilizó principalmente “TC televisión”, mediante estrategias de relaciones públicas.

La radio fue un medio de comunicación valioso, que ayudó a la difusión del evento, las menciones se realizaron en radios locales Punto Rojo y Farras.com. Así

también los flyers o volantes ayudaron a la promoción de la Exhibición. Otro sistema y el más efectivo fueron las reuniones con los morados y la creación de un grupo de whatsapp por donde se comunicó a los habitantes de Miraflores todas las novedades de la Exhibición. La conjunción de todos estos medios ayudó al éxito del evento.

3.2 Descripción de los Objetivos

3.2.1 Objetivo general:

Evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación utilizadas en la exhibición de Arte Digital “Mira...Miraflores 2017” hacia los moradores del barrio de Miraflores.

3.2.2 Objetivos específicos

Determinar si los medios de comunicación utilizados para efecto de la convocatoria de la exhibición de arte digital “Mira...Miraflores 2017” lograron las expectativas planteadas.

Logra identificar cuáles son las fortalezas y debilidades de la convocatoria de la exhibición de Arte Digital “Mira...Miraflores 2017”, a partir de la mirada de moradores del barrio de Miraflores.

Determinar cuáles son las mejoras que se pueden realizar a las estrategias de comunicación de arte digital “Mira...Miraflores 2017” a partir de la mirada de moradores del barrio de Miraflores.

3.3 Unidades de análisis y muestras

3.3.1 Población y muestra de la investigación

La población con la que se va a evaluar la exhibición de Arte Digital, son las 86 personas que asistieron al evento y que son moradores del barrio de Miraflores, de este grupo se tomó una muestra representativa de 22 personas a las que se les aplicó una encuesta y además se realizaron 4 entrevistas estructuradas.

Las entrevistas se concentraron en cuatro moradores de ambos sexos, en un rango de Arte Digital “Mira Miraflores-2017” a través de las estrategias de comunicación.

A los moradores del barrio de Miraflores de la ciudad de Guayaquil, se les realizó una entrevista a profundidad con la cual se obtuvo la información que permitió evaluar la convocatoria de este proyecto.

3.4 Instrumentos de medición y técnicas

Se realizó una investigación de tipo cualitativa y los instrumentos utilizados fueron entrevista a profundidad y encuesta, donde el entrevistador decide y organiza los temas en la promoción del evento.

Para que los entrevistados puedan dar su opinión fue importante que primero hayan de la estrategia de comunicación a la exhibición de arte digital “Mira...Miraflores 2017”, se utilizó la modalidad de campo, a través de la cual se llega a recolectar los datos de los entrevistados que luego permitan sacar las conclusiones del tema a investigar.

4.- Resultados

Se da conocer los resultados de los entrevistados:

4.1 Objetivos específicos

Determinar si los medios de comunicación utilizados para la convocatoria de la exhibición de arte digital “Mira...Miraflores 2017” lograron las expectativas planteadas.

4.1.1 Comentarios de Moradores

Todos mencionaron que el evento fue exitoso y que las estrategias de comunicación fueron las adecuadas. Así lo menciona.

Blanca Perdomo

“Para mí fue una gran experiencia, se vio que los chicos estaban comprometidos con lo que hacían, más allá de la nota. El día del evento fue hermoso, me encantó todo los efectos especiales y diversos juegos que se hicieron porque ayudó a integrar a todos los moradores que en lo últimos años no tenemos mucho tiempo para reunirnos. Las estrategias de comunicación fueron variadas y todas valiosas. El evento me enteré por varios medios como la televisión, volantes, las reuniones y grupo de WhatsApp, creo que hubo de todo y sirvió para que muchos vayamos a formar parte del evento”.

4.1.2 Objetivos específicos

Identificar cuáles son las fortalezas y debilidades de la convocatoria de la exhibición de Arte Digital “Mira...Miraflores 2017”, a partir de la mirada de moradores del barrio de Miraflores.

4.1.3 Comentarios de Moradores

Todos manifestaron que fue un éxito, que no existen debilidades sino muchos halagos, como lo comenta:

Claudia López

“Las estrategias comunicacionales que utilizaron todas fueron válidas, a mí me encantó el reportaje por la televisión, y al escuchar sobre la ciudadela en la televisión se sintió orgulloso porque se sintió identificada, también el grupo de whatsapp ayudó mucho y las reuniones. Los felicito, pensaron en todos, a pesar de solo ser tres, en otros grupos de estudiantes son más y eso les da más mérito, porque el evento tuvo mucha logística”.

Matías Salazar

“En general todo estuvo muy bien incluyendo las estrategias de comunicación no tienen debilidades para mi parecer”.

4.1.4 Objetivos Específicos

Identificar cuáles son las mejoras que se pueden realizar a las estrategias de comunicación de arte digital “Mira...Miraflores 2017” a partir de la mirada de moradores del barrio de Miraflores.

Comentarios de Moradores

“La única sugerencia que dijeron los moradores es que quieren que el evento se repita”.

Blanca Perdomo

“Podría sugerir que se repitan estas actividades, el arte siempre enriquece, más si lo hace en comunidad”.

Jorge Fonseca

“Estos eventos deben ser parte de la comunidad de Miraflores, no de forma aleatoria, sería bueno que se realicen cada tres meses o cada seis meses, dependiendo de la inversión”.

Todos reconocieron el evento, se demostró que las estrategias comunicacionales fueron efectivas, aunque igual los que estuvieron presente en el evento vivieron una experiencia de Arte Digital de primera calidad. Además, se realizó una breve encuesta a 22 asistentes para conocer por qué medio se enteraron de este evento y si la exhibición de Arte Digital tuvo la acogida deseada. (Ver resultados en el anexo 2).

5.-Conclusiones generales

La evaluación de la estrategia de comunicación de la exhibición de Arte Digital, de forma general ha sido positiva permitió conocer que los moradores del sector se deben a una comunidad pequeña y exclusiva, por lo que fue buen resultado establecer reuniones donde se crearon grupos de whatsapp y de esta manera estar comunicado de manera permanente. Aunque se utilizaron varias estrategias de comunicación, tales como redes sociales, tv, radio y volantes, las que mayor efectividad tuvieron con los moradores del sector, fue la comunicación personal de acuerdo a la encuesta realizada a 22 asistentes al evento dio como resultado: 12 personas se enteraron del evento por las reuniones del sector.

1 Por qué medio se enteró del evento Mira Miraflores 2017?

Radio	
Prensa	
Televisión	2
Redes sociales	6
Volantes	2
Otros	
Reunión en el sector	12
Total:	22

Figura # 2

Es decir que los medios masivos son importantes y ayudan a visualizar la exhibición, pero en este caso puntual el objetivo era encaminado a un grupo más selectivo, por tal forma lo que más incidió en ellos fue las estrategias comunicacionales más personalizadas.

6.-Recomendaciones

Se recomienda seguir manteniendo los medios de comunicación utilizados en el evento como las redes sociales, televisión, radio, volante, whatsapp y reuniones, pero adicional siempre hay que ir incursionando en nuevas opciones que se vayan presentando, y que estén entre las utilizadas por grupo objetivo, lo que significaría que se debe estar atentos a los cambios y necesidades del cliente. Es importante que esta exhibición artística se convierta en un evento tradicional de las actividades de la ciudadela Miraflores, porque contribuye a la unión entre todos, incluso los mismos moradores pueden ser parte de la organización de los eventos, así tienen la oportunidad de dar a conocer sus propios emprendimientos si lo creen necesario ayudándolos a crecer como un

todo. Las formas de comunicación que los moradores comentaron que fueron de mayor impacto son las reuniones en primer lugar y los grupos de whatsapp, lo que permite recomendar que las acciones que involucran un contacto más personalizado dan mejores resultados.

Es importante respetar y seguir las normativas de la ciudadela para nunca ir en contra de su forma de gestión, en este evento se tuvo esa precaución para que todo fluya de la mejor manera. Otro punto es realizar alianzas estratégicas con anticipación, para que permitan abaratar los costos del evento; a pesar que se consiguió hacer canje con algunos proveedores la mayor parte del costo fue financiada por lo estudiantes, para que la exhibición se pueda llevar a cabo todos los años, es importante buscar auspiciantes que financien el evento.

7.-Autoevaluación

Para que la investigación se desarrolle de forma exitosa todos los miembros se dividieron las tareas del trabajo grupal de acuerdo a las fortalezas de cada uno. Todos se reunieron semana a semana para ir revisando los avances, siempre se mantuvo una actitud comprometida, a pesar de las actividades agotadoras que se tienen día a día en nuestro lugar de trabajo que es un canal de televisión, donde las actividades siempre se realizan bajo presión, pero siempre se sacó espacio para lograr el objetivo planteado en los estudios. En la primera exposición del proyecto grupal se presentaron algunas inconsistencias, pero el grupo inmediatamente realizó los cambios planteados por los guías y se siguió adelante.

El poder trabajar con un grupo diverso permitió enriquecer los conocimientos de todos, particularmente me permitió involucrarme en todo el proceso y diversificar la preparación y valorar más el trabajo de otros, y ver cómo un trabajo bien consolidado puede tener un alcance positivo. En todo momento demostré la madurez que me caracteriza, constituyéndome siempre en mediadora de cualquier inconveniente que se haya presentado. Considero que una de las claves para obtener la aceptación de los moradores fue la buenas vibras transmitidas a ellos por parte de los estudiantes que forman este equipo, también la organización y el compromiso de todos durante el proceso.

Todas las aportaciones fueron producto de los conocimientos adquiridos en mi institución educativa “Casa Grande”, así como mi experiencia profesional. Todo este proceso me ayudó a corroborar que el trabajo en equipo es fundamental, que siempre que las directrices están claras todo fluye sin problema, y que no hay mayor satisfacción que trabajar por el beneficio de la comunidad. Hay mucho que seguir aprendiendo, pero agradezco por lo aprendido a nuestros profesores y compañeros, ha sido una etapa enriquecedora.

8.-Bibliografía

Abad, J., Bursset, S., Doménech, R., Duran, E., García, C., & Tresserras, M. (2012). *7 ideas clave: La competencia cultural y artística*. Barcelona: Grao. Recuperado el 3 de Febrero de 2017

Diario El Universo. (13 de Abril de 2012). Grafitis callejeros, una forma de arte ‘efímera’. (B. M. Pesantes, Ed.) Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 14 de Diciembre de 2016, de <http://especiales.eluniverso.com/underground/grafiteros/>

Cánepa, M. (2013) *Ensamblaje colectivo de imágenes sobre espacios urbanizados en Miraflores*. Universidad Casa Grande

Martinez, J. (2017). *Metodos de investigación cualitativa. Silogismo más que conceptos*.

Ministerio de Cultura. República de Colombia. (2013). *Diez festivales: Valores e impacto*. Colombia: Instituto de Políticas para el Desarrollo. Recuperado el 3 de Febrero de 2017

9.-Anexos

Anexo 1: Entrevistas a moradores que asistieron a la exhibición de Arte Digital Mira...Miraflores 2017

1 ¿Cómo fue su experiencia en la exhibición de arte digital “Mira...Miraflores 2017”?

Blanca Perdomo

Para mí fue una gran experiencia, se vio que los chicos estaban comprometidos con lo que hacían, más allá de la nota. El día del evento fue hermoso, me encantó todo los efectos especiales y diversos juegos que se hicieron porque ayudó a integrar a todos los moradores que en lo últimos años no tenemos mucho tiempo para reunirnos.

Matías Salazar

Excelente trabajo, todo el evento fue de lujo. Se preocuparon por todos los detalles del evento, sobre todo lo que más les motivaba era que nosotros vayamos y participemos todos. Por otra parte el arte se vio en todo momento, de forma muy creativa.

Jorge Fonseca

El evento súper bien, tuvo mucha acogida, fue un momento de esparcimiento diferente que permitió conocernos más los moradores.

Claudia López

Estoy muy contenta por todas estas actividades que están realizando por la comunidad de Miraflores, y me da vergüenza ajena que no hayamos hecho algo nosotros

antes. En relación a este evento Mira ...Miraflores 2017, fue espectacular, tuvo de todo para entretenerlos y departir un momento agradable entre los moradores y visitantes, todo fue trabajado con mucho detalle, y el área techada ayudó mucho por el tema de las lluvias que aún tenemos. Muchas felicidades.

¿Cómo calificaría las estrategias de comunicación que se manejaron para la convocatoria del evento?

Blanca Perdomo

Las estrategias de comunicación fueron variadas y todas valiosas. El evento me enteré por varios medios como la televisión, volantes, las reuniones y grupo de whatsapp, creo que hubo de todo y sirvió para que muchos vayamos a formar parte del evento.

Matías Salazar

Muy bien las estrategias comunicacionales, vi promocionar el evento por varios medios como la televisión por TC, escuché en una emisora de radio que no recuerdo el nombre ahora, las volantes que llegaron a mi casa y las reuniones con los chicos organizadores. Todo de primera.

Jorge Fonseca

Excelente trabajo y con respecto a las estrategias comunicacionales todas muy bien, y por eso hubo tantas personas en el evento.

Claudia López

Las estrategias comunicacionales que utilizaron todas fueron válidas, a mí me encantó el reportaje por la televisión, y al escuchar sobre mi ciudadela en la televisión me sentí muy orgullo e identificada, también el grupo de whatsapp ayudó mucho y las reuniones. Los felicito, pensaron en todos, a pesar de solo ser tres, en otro grupo de estudiantes son más y eso les da más mérito, porque el evento tuvo mucha logística.

¿Cuáles fortalezas y debilidades se presentaron en relación a las estrategias de comunicación de la exhibición artística digital “Mira...Miraflores 2017”?

Blanca Perdomo

Todo lo que puedo mencionar es muchas fortalezas, como la variedad de actividades en el evento, el lugar escogido, la comida, las obras de arte, las caricaturas. Y con respecto a los medios de comunicación todo fue acertado.

Matías Salazar

En general todo estuvo muy bien incluyendo las estrategias de comunicación no tienen debilidades para mi parecer.

Jorge Fonseca

Todo excelente sigan haciendo un trabajo así, las estrategias de comunicación excelente.

Claudia López

Solo puedo felicitarlos, los medios utilizados para convocarnos fueron los adecuados. Muchos éxitos.

¿Qué sugerencias haría Ud. para mejorar futuros eventos de intervención artística?

Blanca Perdomo

Podría sugerir que se repitan estas actividades, el arte siempre enriquece, más si lo hace en comunidad.

Matías Salazar

Este tipo de exhibiciones se deben repetir al menos una vez al año, y que sigan siendo innovadores, la tecnología en realidad tiene maravillas.

Jorge Fonseca

Estos eventos deben ser parte de la comunidad de Miraflores, no de forma aleatoria, sería bueno que se realicen cada tres meses o cada seis meses, dependiendo de la inversión.

Claudia López

Como les vuelvo a repetir me encantó todo, por lo que me gustaría es que lo vuelvan hacer otra vez y todas las veces que sean necesarias. Éxitos en todas sus acciones.

Anexo 2: Resultados a la encuesta realizada a 22 asistentes a la Exhibición de Arte Digital Mira...Miraflores 2017, donde se da a conocer cual de los medios fue el más efectivo para la comunicación del evento y si este tuvo la acogida deseada.

TABULACIÓN ENCUESTA					
EDAD :	20 - 45	46 - +	SEXO:	F	M
	13	9		12	10
1 Por qué medio se enteró del evento Mira Miraflores 2017?					
Radio					
Prensa					
Televisión			2		
Redes sociales			6		
Volantes			2		
Otros					
Reunión en el sector			12		
			<u>22</u>		
2.- Le llamó la atención el evento?					
SI			22		
NO			0		
			<u>22</u>		
3.- Considera que estuvo correctamente difundido el evento?					
SI			13		
NO			9		muy corto tiempo
			<u>22</u>		
4.- Les gustaría que se realice una 2da, edición de esta exhibición?					
SI			22		
NO			0		
			<u>22</u>		

CARTA AVAL
DOCUMENTO FINAL
INDIVIDUAL

Tema de Trabajo Titulación:	Evaluación de la estrategia de comunicación a la exhibición de arte digital "Mira...Miraflores 2017".
Nombre de alumno:	Grecia Salguero
Guía/Asesor:	Lotty Palacios Wanke
Fecha:	10 de mayo de 2017

1. El número de reuniones efectuadas con el alumno a mi criterio ha sido:
 - a. Suficiente
 - b. Insuficiente
 - c. Excesivo

2. El alumno ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:
 - a. En buena medida
 - b. En mediana medida
 - c. En poca medida

3. El alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento.
 - a. Si
 - b. No
 - c. Parcialmente

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento del estudiante y
Sí NO concedo el aval para la presentación.

Firma del Guía/Asesor: Lotty Palacios Wanke

