

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Chulla Cayambe**

**Renata Mikaela Hidalgo Mantilla**

**Interactividad y Multimedia.**

**Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención  
del título de Lic. Interactividad y Multimedia**

**Quito, 10 de mayo de 2020**

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

## **HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Chulla Cayambe**

**Renata Mikaela Hidalgo Mantilla**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Gabriela Pérez, MBA**

**Quito, 10 de mayo de 2020**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Renata Mikaela Hidalgo Mantilla

Código: 00139601

Cédula de identidad: 1721158283

Lugar y fecha: Quito, 10 de mayo. de 2020

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

## **RESUMEN**

Cayambe, tierra rica en cultura y tradición, descrita como la ciudad del sol en la mitad del mundo. Ciudad que ha sido olvidada, vista de manera superficial por extranjeros, apreciada y valorada por sus habitantes quienes quieren que sea reconocida por su valor cultural y atractivos turísticos. Este proyecto presenta una mirada profunda acerca de Cayambe develando sus principales características y evidenciando una investigación acerca de las opiniones y conocimiento de cayambeños y extranjeros. Este trabajo académico pretende presentar toda esta información de una manera artística, atractiva, visual e interactiva resumiendo todo lo que esta ciudad tiene que ofrecer por medio de un performance en vivo a través de la plataforma Facebook.

Palabras clave: Cayambe, cultura, identidad visual, performance, storytelling.

## **ABSTRACT**

Cayambe, land rich in culture and tradition, described as the city of the sun in the middle of the world. A city that has been forgotten, seen superficially by foreigners, appreciated and valued by its inhabitants who want it to be recognized for its cultural value and tourist attractions. This project presents an in-depth look at Cayambe, revealing its main characteristics and evidencing an investigation about the opinions and knowledge of Cayambeños and foreigners. This academic work aims to present all this information in an artistic, attractive, visual and interactive way, summarizing everything that this city has to offer by means of a live performance through the Facebook platform.

Key words: Cayambe, culture, visual identity, performance, storytelling.

**TABLA DE CONTENIDO**

Introducción.....	10
Desarrollo del Tema .....	11
Conclusiones.....	28
Referencias bibliográficas .....	30
Anexo A: Entrevista Lic. Oswaldo Imbago.....	31
Anexo B: Entrevista Sr. Luis Guzmán .....	31
Anexo C: Grabación de voces para Chulla Cayambe.....	31

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1. Tabla desarrollo ( costos de desarrollo del producto) .....	27
Tabla # 2. Tabla Fondos ( costos de desarrollo del proyecto).....	27



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. Información extranjeros (información detallada de las encuestas a extranjeros)	13
Figura # 2. Información Cayambeños (información detallada de las encuestas realizadas a cayambeños)	13
Figura # 3. Logotipo 1 (primeras pruebas de imagen para logotipo)	16
Figura # 4. Logotipo 4 (primeras pruebas de imagen para logotipo)	16
Figura # 5. Logotipo 3 (primeras pruebas de imagen para logotipo)	16
Figura # 6. Logotipo Definitivo (logotipo final)	17
Figura # 7. Guarmi. (personaje de la fiesta)	17
Figura # 8. Bizcocho (artículo gastronómico mas importante)	17
Figura # 9. Mitad del mundo (imagen con dron del monumento a la mitad del mundo)	18
Figura # 10. Diabluma (personaje de la fiesta)	18
Figura # 11. Diabluma edit (edición de video)	18
Figura # 12. Grupo edit (edición de video)	18
Figura # 13. Chakana edit (edición de video)	18
Figura # 14. Guarmi edit (edición de video)	18
Figura # 15. Pantalla facebook (primera pantalla de facebook)	19
Figura # 16. Pantalla prueba 2 (prueba de usuario 2)	20
Figura # 17. Pantalla prueba encuesta (prueba de realización de encuesta)	20
Figura # 18. Pantalla prueba encuesta 2 (prueba de realización de encuesta)	21
Figura # 19. Pantalla resolume (pantalla del programa resolume con los videos)	21
Figura # 20. Pantalla OBS (pantalla del programa de transmisión OBS )	22
Figura # 21. Pantalla de inicio (pantalla de espera para los usuarios)	22
Figura # 22. Bienvenida (bienvenida y explicación del proyecto)	23
Figura # 23. Votación (primera votación de temas)	23
Figura # 24. Intro Cayambe (nevado cayambe)	23
Figura # 25. Bizcocho (Pantalla intro bizcochos)	24
Figura # 26. Agradecimiento (pantalla de agradecimiento)	24
Figura # 27. Métricas 1 (metricas de la publicacion minutos reproducidos)	25
Figura # 28. Métricas 2 (rendimiento de la publicación)	25
Figura # 29. Métricas 3 (comentarios, clics)	26

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto se desarrolla empezando por el reconocimiento de la problemática: el poco o escaso conocimiento de la ciudad de Cayambe y sus principales características a nivel cultural y geográfico. Una vez identificada esta problemática se plantea como objetivo dar a conocer al cantón Cayambe y sus características principales, por medio de un performance en vivo por la plataforma Facebook, plataforma gratuita, accesible para un gran número de personas y lo más importante una de las redes sociales de mayor uso teniendo 2400 millones de usuarios (Vicent, 2020). El performance que con semanas de anticipación se publicitó y difundió gracias a una estrategia comunicacional y el apoyo de los ciudadanos cayambeños.

Para el desarrollo de este proyecto que utilizaron varias herramientas de investigación, tales como: entrevistas, encuestas, interpretación de resultados e investigación secundaria, procesos que arrojaron como resultado 5 temas principales que la autora va a abordar dentro del performance en vivo.

## DESARROLLO DEL TEMA

### Antecedentes y justificación

El desconocimiento y la desinformación acerca del cantón Cayambe, es la problemática que abarca este proyecto de investigación. Como cayambeña que reside en la ciudad de Quito tras varios años de convivencia con personas extranjeras a Cayambe pude reconocer que no conocen la ciudad, y que tienen como referencia cosas muy superficiales. Esta problemática se reforzó gracias a una serie de encuestas y entrevistas a nivel nacional y local. Las cuales arrojaron que un 13,9% de la población encuestada no conoce la ciudad, del 86,1% restante, el 40% tiene algún tipo de confusión con la ubicación geográfica y características culturales.

### Objetivos.

General:

Dar a conocer el cantón Cayambe, su volcán que lo representa, su ubicación, características de la fiesta popular, historia de los bizcochos, y la *chakana* elemento representativo organizacional de la cultura indígena cayambeña.

Específicos:

- Representar mediante un performance en vivo acompañado de storytelling las principales características del cantón Cayambe, creando un espacio interactivo e inmersivo donde la información llegue al espectador.
- Difundir la cultura de Cayambe a nivel nacional, presentando el performance a la mayor cantidad de personas que tengan la posibilidad de conectarse el momento de la realización del evento, para que sea difundido en la mayor cantidad de lugares.
- Entregar información histórica y cultural de la manera más interactiva y atractiva posible para que quede en la memoria del usuario.

### Metodología.

Esta investigación se realizó a través de varias herramientas de investigación como: investigación secundaria, encuestas y entrevistas.

Se entrevistaron a 4 expertos en historia y cultura cayambeña, quienes brindaron la información principal, información que sirvió como base para la elaboración de encuestas. Una vez elaboradas las encuestas se procede a la recolección de datos mediante a nivel local (cayambeños) y nivel nacional (fuera de Cayambe), encuestas que rescataron varios puntos importantes que serán explicados a continuación.

En la investigación secundaria se profundizó los conceptos principales rescatados de las entrevistas y encuestas.

## **Investigación**

### **Desarrollo.**

Las entrevistas con expertos arrojaron las características más importantes del cantón Cayambe como son: fiestas populares y sus personajes, sabiduría ancestral por parte de la cultura indígena (O. Imbago, comunicación personal, 1 de febrero de 2020), el bizcocho como único a nivel nacional siendo una reliquia gastronómica (G. Luis, comunicación personal, 30 de enero de 2020), la cosmovisión e importancia de la mitad del mundo en la cultura cayambeña (C. Bustos, comunicación personal, 31 de enero de 2020) y el símbolo visual más importante que identifica a Cayambe, el nevado que lleva su mismo nombre que es el único en el mundo atravesado por la línea equinoccial.

Partiendo de la información primaria, se procedió a la realización de encuestas a nivel local y nacional, el objetivo principal de las encuestas era definir los elementos más representativos del cantón Cayambe para los extranjeros y para los propios cayambeños. Respuestas más importantes obtenidas fueron:

- El volcán Cayambe, símbolo representativo del cantón.
- El bizcocho, símbolo gastronómico.
- Música, única y símbolo de expresión cultural.
- La mitad del mundo, ubicación.
- Paisajes y atractivos turísticos del cantón.
- Las fiestas populares, símbolo cultural.
- Cultura indígena y su sabiduría ancestral.
- Clima frío de Cayambe.
- Producción florícola.

Adicionalmente se consultó el nivel de conocimiento acerca de la cultura cayambeña y sus particularidades, resultados que reforzaron el problema, ya que el desconocimiento de la cultura, ubicación y características básicas del cantón Cayambe es bastante alta llegando a un 40% de desconocimiento en total de los encuestados.

Otro punto importante que destacó fue lo que los cayambeños quieren transmitir al mundo toda la riqueza cultural y turística que tiene el cantón al que pertenecen.



Figura 1. Información extranjeros. Hidalgo (2020) Figura 2. Información Cayambeños. Hidalgo (2020)

Después de analizar los resultados obtenidos de las respectivas encuestas, se procedió a seleccionar los 5 temas más importantes:

- NEVADO CAYAMBE: Símbolo representativo del cantón, siendo el único nevado a nivel mundial que está atravesado por la línea ecuatorial.
- BIZCOCHOS: Referente gastronómico a nivel nacional, único, y antiguo como la misma historia de cayambe. Fué introducido a la cultura cayambeña por los jesuitas que llegaron con la conquista española en 1534 (G. Luis, comunicación personal, 30 de enero de 2020), las cayambeñas encargadas de la alimentación inventaron la receta bajo órdenes de los padres Jesuitas. Desde aquel entonces se elaboran los sabrosos bizcochos de Cayambe, tan conocidos y deliciosos.
- MITAD DEL MUNDO: Ubicación, Cayambe está ubicado en la mitad del mundo, sin embargo no es un referente conocido como tal. La importancia de la ubicación es relevante por la cantidad de sucesos naturales que ocurren, que solo se pueden explicar con ciencia (C. Bustos, comunicación personal, 31 de enero de 2020).
- FIESTAS POPULARES: Referente cultural, celebraciones más antiguas de la misma colonización, anterior a la llegada de los conquistadores en el territorio cayambeño ya se celebraban fiestas y celebraciones en agradecimiento al dios Sol, posteriormente con la colonización y evangelización estas fiestas de transformaron a celebraciones católicas. Sin embargo, a pesar del trasfondo histórico la celebración de las fiesta populares son un atractivo turístico y el motivo de celebración anual en Cayambe. Sus personajes son los que le dan vida a la fiesta y ayudan a identificarla entre otras celebraciones populares del Ecuador.
- CHAKANA: Símbolo organizacional más importante de la cultura indígena en Cayambe (O. Imbago, comunicación personal, 1 de febrero de 2020). La cultura indígena en Cayambe está muy presente debido a esto, un porcentaje de las encuestas apuntaron interés a la cosmovisión andina y sabiduría ancestral del pueblo indígena en Cayambe.

## **Proyecto.**

### **Conceptualización.**

Una vez seleccionados los temas de mayor importancia, se procedió a elegir la mejor manera de representarlos. Cayambe es una tierra rica en cultura, tradición, fiesta, gastronomía y colores vivos que reflejan su identidad. Por esta razón se decidió usar

colores vivos, fuertes y llamativos para la creación del concepto: divertido, atractivo, visual, colorido e informativo.

Teniendo las características visuales del proyecto, se procedió a buscar la manera correcta de representar las 5 características principales del cantón cayambe y su cultura, en primer lugar se ideó una instalación interactiva con video mapping y varios sensores que ayuden generar interacción con el usuario.

Sin embargo, y a pesar de toda la ideación de la instalación interactiva con video mapping, en medio de la emergencia sanitaria con COVID-19 el proyecto tuvo que mutar a un performance en vivo en la plataforma Facebook, en el cual se presentará una serie de videos acompañados con música cayambeña, los usuarios podrán interactuar mediante reacciones de facebook, comentarios, y emojis. El primer paso de la conceptualización del performance fue la creación del logotipo para foto de perfil de Facebook y su portada.

Elementos para trabajar:

- Nevado Cayambe
- 4 secciones importantes
- 4 colores, colores de la chakana del pueblo indígena de Cayambe.
- Nombre: Chulla Cayambe.

Primeros diseños:



Figura 3. Logotipo 1 . Hidalgo (2020)



Figura 4. Logotipo 2. Hidalgo (2020)



Figura 5. Logotipo 3. Hidalgo (2020)

Después de hacer un proceso de selección y cambio de tipografía se terminó por elegir la siguiente figura:





Figura 6. Logotipo definitivo. Hidalgo (2020)

Figura que tiene el símbolo más representativo de Cayambe: Nevado, el nombre del proyecto y adicionalmente los cuatro colores que representan las cuatro secciones importantes: fiesta, mitad del mundo, bizcochos, chakana.

### **Prototipado.**

Al ser este proyecto un performance con audio y video, se empezó con la producción, selección y edición de material de video acorde a las cuatro secciones principales.

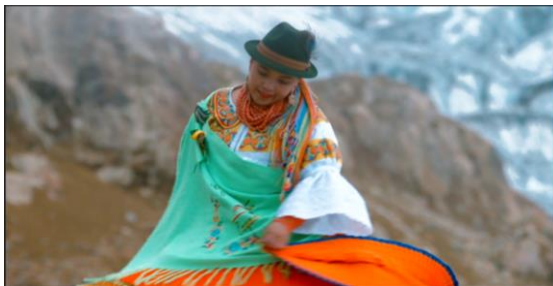


Figura 7. Guarmi. Hidalgo (2020)



Figura 8. Bizcochos. Hidalgo (2020)



Figura 9. Mitad. Hidalgo (2020)



Figura 10. Diabluma. Hidalgo (2020)

Seguidamente se empezó con el proceso de edición de los videos, agregándoles un efecto de dibujo hecho a mano en el cual se distinguen sólo los bordes, dicha animación está acompañada por un fondo degradado con los colores simbólicos de este proyecto.



Figura 11. Diabluma edit. Hidalgo (2020)



Figura 12. Grupo edit. Hidalgo (2020)

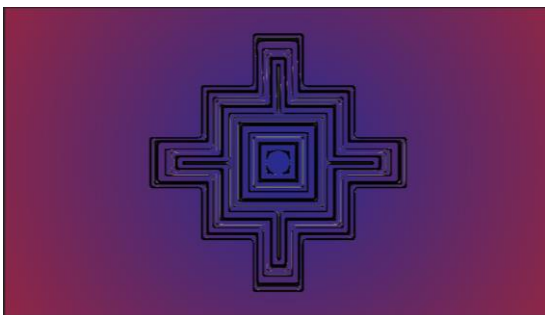


Figura 13. Chakana edit. Hidalgo (2020)



Figura 14. Guarani edit. Hidalgo (2020)

En cuanto al sonido, se buscó colaboración de varios artistas cayambeños de música folklórica y se hizo una mezcla de sonidos andinos, folklóricos con pequeñas secciones de música electrónica, dicha mezcla de sonidos para la creación de nuevas piezas musicales se realizó en el programa Pro Tools pro. Adicionalmente se realizó la grabación de audios informativos con la voz de la autora del proyecto para acompañar los visuales y datos curiosos de cada sección propuesta anteriormente, para generar storytelling y un mejor entendimiento de la información visual.

Creación de la página de facebook:



Figura 15. Pantalla facebook. Hidalgo (2020)

Página en la cual se publicaron detalles del evento, e información relevante y necesaria para el desarrollo del performance.

## Pruebas de usuario.

Para las pruebas de usuario se realizó una página de Facebook para realizar pruebas en vivo con los usuarios.

Tras la primera prueba de usuario se identificó varias falencia en cuanto al concepto: dar a conocer Cayambe y que sea entendible. Se implementó los audios explicativos con la voz de la autora del proyecto.

En la segunda prueba de usuario se identificó la falencia en cuanto a la hora de votación e interacción de los usuarios, tomando como alternativa elaborar encuestas en vivo para que el usuario pueda interactuar lo más pronto y obtener una respuesta inmediata.



Figura 16. Pantalla prueba 2. Hidalgo (2020)



Figura 17. Pantalla prueba encuesta.. Hidalgo (2020)

Se intentó hacer una encuesta con reacciones en vivo, no se tuvo el éxito esperado. Sin embargo se procedió a realizar encuestas en vivo que ofrece la plataforma Facebook.



Figura 18. Pantalla prueba encuesta 2. Hidalgo (2020)

Siendo esta opción la más óptima para obtener una respuesta inmediata.

### Desarrollo tecnológico.

Para el desarrollo tecnológico del proyecto se inició con la configuración del programa OBS studio, programa que se utiliza para realizar transmisiones en vivo en distintas plataformas como: Facebook, youtube, Twitter, twitch, etc. desde una computadora personal, o a su vez desde un dispositivo externo como cámaras de video.

Se logró satisfactoriamente insertando pluggins para que se pueda visualizar el output video del programa “Resolume Arena 6”. Resolume Arena es un programa para editar video y audio en vivo.

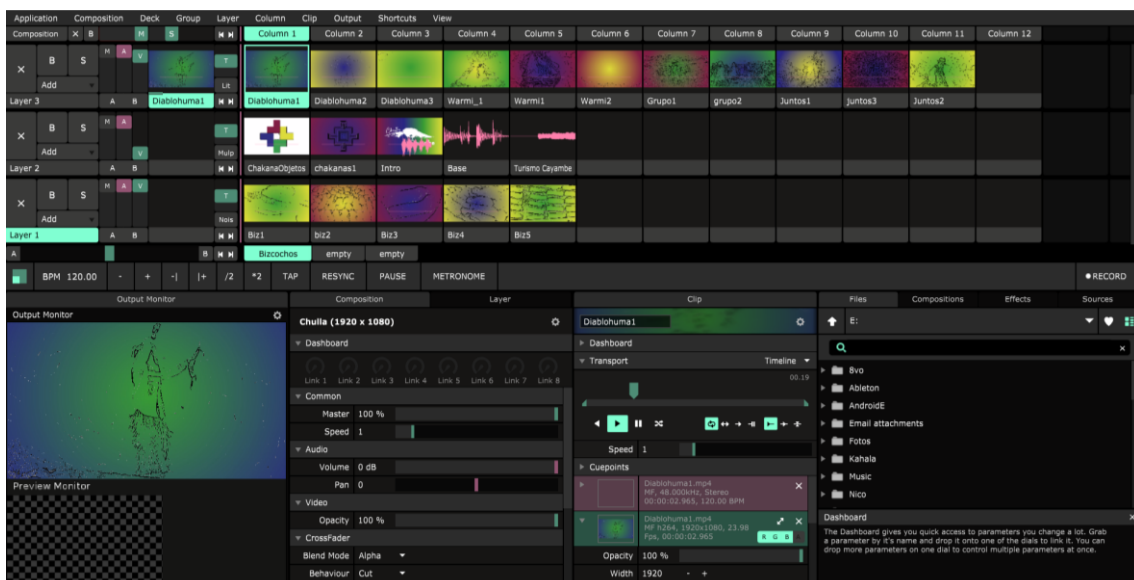


Figura 19. Pantalla resolume. Hidalgo (2020)

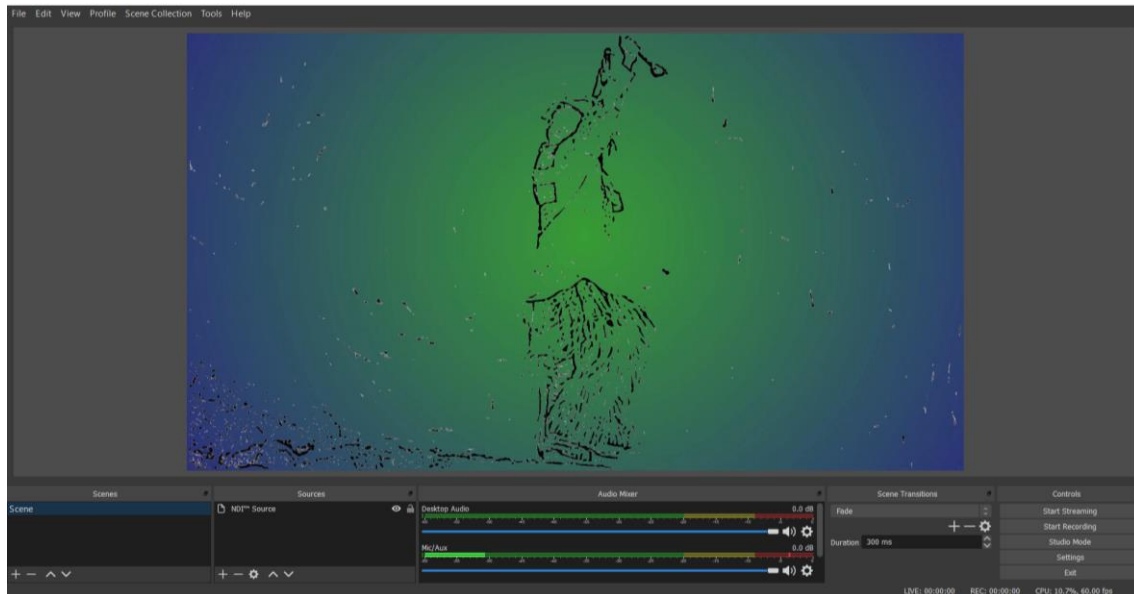


Figura 20. Pantalla OBS. Hidalgo (2020)

## Resultado Final.

La presentación se realizó el sábado 9 de mayo a las 9 p.m, la acogida fue muy grande y se pudo cumplir con los objetivos establecidos. Se empezó por una bienvenida y explicación del proyecto para un mejor entendimiento del mismo y para que las personas conozcan quién está detrás del proyecto artístico.



Figura 21. Pantalla inicio. Hidalgo (2020)



Figura 22. Bienvenida. Hidalgo (2020)

Se inició seguidamente el proceso de votación, las personas tuvieron una gran iniciativa y empezaron a votar.



Figura 23. Votación. Hidalgo (2020)

También se presentó una introducción que resumía lo que es cayambe en 20 segundos.



Figura 24. Intro Cayambe. Hidalgo (2020)

Se recorrió cada una de las secciones acorde a la votación de los participantes.



Figura 25. Bizcocho. Hidalgo (2020)

Agradecimientos finales a las personas que colaboraron con el proyecto.



Figura 26. Agradecimiento. Hidalgo (2020)



Las métricas demuestran el éxito del proyecto, los participantes colaboraron e hicieron de *Chulla Cayambe* un éxito total. Llegando a un total de 2305 minutos reproducidos.



Figura 27. Métricas 1. Hidalgo (2020)

Se alcanzó un total de 956 personas, reacciones de like 687, me encanta 923, me divierte 5, me asombra 23, me entristece 2.



Figura 28. Métricas 2. Hidalgo (2020)

Comentarios 391, y se compartió un total de 25 veces.



Figura 29. Métricas 3. Hidalgo (2020)

*Chulla Cayambe* fue un éxito total gracias a toda la publicidad establecida por un plan estratégico de marketing digital, por la cantidad de asistentes al proyecto y su participación. Se cumplieron todos los objetivos, mostrados gráficamente por las métricas de la publicación.

## Plan de negocios

### Estrategia competitiva.

Chulla Cayambe al ser un proyecto interactivo, visual y artístico, se diferencia de los métodos para aprender más tradicionales y de las estrategias turísticas tradicionales. Entregar información histórica, cultural acerca de Cayambe mediante un storytelling y dándole la oportunidad al espectador de elegir qué quiere ver después, es nuestra diferenciación principal de lo que ya se ha hecho anteriormente para brindar promoción al cantón Cayambe y dar a conocer datos interesantes del mismo.

La interacción del espectador o usuario con la creadora del contenido en vivo hace de esta experiencia única, dándole cierto control al usuario.

### Financiamiento.

Chulla Cayambe no es un proyecto que contempla fines de lucro, es por esta razón que solo se realizaron cálculo de los costos de desarrollo. Tomando en cuenta la investigación (entrevistas, investigación secundaria, elaboración de encuestas),

desarrollo (conceptualización, animación), pruebas de usuario, control de calidad, elaboración del material visual, edición del material (animación).

<b>DESARROLLO DEL PRODUCTO</b>		
	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>HORAS</b>
<b>1</b>	Investigación	100
<b>2</b>	Desarrollo	240
<b>3</b>	Diseño	160
<b>4</b>	Pruebas de usuario	80
<b>5</b>	Control de calidad	160
<b>6</b>	Elaboración de material visual	100
<b>7</b>	Edición de video	80
	<b>TOTAL</b>	<b>920</b>

Figura 30. Cuadro desarrollo. Hidalgo (2020)

Generando así un cuadro de los fondos para el desarrollo de este proyecto:

<b>1.FONDOS PARA DESARROLLO DEL PROYECTO</b>	
<b>FONDOS PARA DESARROLLO DEL PROYECTO</b>	
Desarrollo del producto	\$ 12,612
Conceptualización	\$ 2,500
Dominio y hosting (anual)	\$ -
Equipos	\$ 3,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18,112</b>

Figura 31. Cuadro fondos. Hidalgo (2020)

### **Comunicación.**

Este performance está dirigido a los ciudadanos cayambeños y extranjeros que quieren conocer más acerca de Cayambe y sus características culturales principales.

Dichos usuarios están divididos en dos grandes grupos:

- Jóvenes de 14 a 25 años

- Adultos de 25 a 55 años.

Toda la estrategia de comunicación de Chulla cayambe se enfocó en estos dos grandes grupos de usuarios, el objetivo de mostrar e informar acerca de Cayambe y comunicar el concepto de rescatar la cultura es el mismo para los dos grupos objetivos.

La comunicación se llevó a cabo por la plataforma Facebook, plataforma mediante la cual los usuarios recibieron información entregada en: videos, imágenes e historias.

## CONCLUSIONES

### Reflexión

La realización de este proyecto generó muchos aprendizajes, momentos de incertidumbre pero sobre todo muchas ganas de sacar el proyecto adelante, en base a las razones mencionadas anteriormente entrego estas reflexiones:

- El orgullo de pertenecer a un lugar es muy fuerte, puede ayudar a crecer a una comunidad en internet que pretende exponer todos los aspectos culturales y bellos de un lugar específico.
- Entregar información interactivamente genera mucha atracción e interés por parte de los usuarios, quienes realizan una participación activa.
- Se logró representar a Cayambe, identificar los elementos esenciales, los principales para explotarlos y generar contenido interesante y atractivo.

### Recomendaciones

Al desarrollar un proyecto artístico y cultural para ampliar el conocimiento de las personas, lo más recomendable es seguir con el proyecto y no perder la continuidad. Los seguidores en redes sociales van a seguir esperando contenido entretenido acerca de la ciudad de Cayambe.

- Continuar con la difusión de los contenidos históricos y culturales de la ciudad de Cayambe para que no se pierda la continuidad.
- Cambiar la estética de diseño por las 4 temporadas del año, haciendo énfasis en las 4 secciones de la chakana.

- Realizar una estrategia de redes sociales enfocada a expandir los seguidores que no se encuentren en Ecuador, posicionar la marca de *Chulla Cayambe* a nivel internacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bustos, C. (2020 Enero 31). Entrevista personal con Cesar Bustos. [Archivo audio].

Bustos, M. (2020 Febrero 14). Entrevista personal con Mario Bustos. [Archivo audio].

Cuvi, P. (2002). Ecuador ¡Viva la fiesta!.

Guzmán, L (2020, Enero 30). Entrevista personal con Luis Guzmán. [Archivo audio].

Imbago, O. (2020, Febrero 1). Entrevista personal con Oswaldo Imbago. [Archivo audio].

Vincent, J. (2020). Cuales son las redes sociales con más usuarios 2020. Recuperado de <https://www.trecebits.com/2020/02/04/cuales-son-las-redes-sociales-con-mas-usuarios-en-2020/> el 6 de mayo de 2020.

**ANEXOS A: ENTREVISTA SR. LUIS GUZMÁN****ANEXOS B: ENTREVISTA LIC. OSWALDO IMBAGO****ANEXOS C: GRABACIÓN DE VOCES PARA CHULLA CAYAMBE**