



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMISIÓN TITULACIÓN- UNIDAD INTEGRADORA CURRICULAR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN:
COMUNICACIÓN

PROBLEMA:

ANÁLISIS DE CONTENIDO AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES: CASO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

AUTOR:

PALMA VÁSQUEZ ÁNGEL JESÚS

TUTORA:

MSC. SALAMEA LIMONES VICTORIA

BABAHOYO - ECUADOR

2022



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, se lo dedico a Dios y a mi familia, quienes han sido mi apoyo fundamental en todo el transcurso de mi carrera, dándome la fuerza necesaria para superar muchas dificultades y obstáculos presentes en mi camino.



AGRADECIMIENTO

En mi primer lugar le doy gracias a Dios, por ser el eje principal que direcciona mi vida, luego a mis padres, por ser ese pilar que me motiva a seguir adelante, agradezco la confianza depositada en mí, gracias a ello soy capaz de cumplir con todo lo que me proponga. También estoy eternamente agradecido con mis docentes, que, en el transcurso de la carrera universitaria, compartieron sus conocimientos siendo parte de este éxito académico.



RESUMEN

En la actualidad los contenidos audiovisuales son considerados de gran interés, al ser una herramienta que permite llegar de forma más directa a un determinado público, mediante el uso de varias aplicaciones sociales. El desarrollo del presente caso de estudio tiene como objetivo, analizar los diferentes contenidos audiovisuales en la plataforma de la red social Facebook de la Universidad Técnica de Babahoyo, determinando cada una de las fases que intervienen en la producción y si logran captar la atención de los estudiantes. Para la obtención de información se aplicó la metodología de investigación, el método cualitativo y como técnica, la ejecución de un Focus Group, las cuales permitieron conocer las opiniones referentes al tema abordado.

Palabras Claves: Producción Audiovisual, Facebook, Método Cualitativo, Focus Group, Aplicaciones Sociales.



ABSTRACT

At present, audiovisual production is a topic of great interest, as it is a medium that allows reaching a target audience more directly, through the use of different social applications. The development of this case study aims to analyze the different audiovisual content on the Facebook social network platform of the Technical University of Babahoyo, determining each of the phases involved in the production and if they manage to capture the attention of the viewers. students. To obtain information, the qualitative method was applied as a research methodology and as a technique, the execution of a Focus Group, which allowed knowing the opinions regarding the topic addressed.

Keywords: Audiovisual Production, Facebook, Qualitative Method, Focus Group, Social Applications.



ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN	iii
CONTEXTUALIZACIÓN	iv
1. Planteamiento del Problema.....	1
2. Justificación.....	2
3. Objeto de Estudio.....	3
3.1. Objetivo General	3
3.2. Objetivos específicos.....	3
5. Línea de Investigación.....	3
DESARROLLO	4
6. Marco Conceptual.....	4
5.2. Análisis.....	4
5.3. Contenido Audiovisual.....	4
5.3.1. Producción Audiovisual.....	5
5.3.2. Pre producción.....	6
5.3.3. Producción	6
5.3.4 Post producción.....	6
5.3.5. Distribución Online.....	6
5.4. Redes Sociales.....	7
5.5. La Universidad Técnica de Babahoyo en las redes sociales.....	8
5.6. Universidad Técnica de Babahoyo.....	9
7. Marco Metodológico.....	10
8. Resultados.....	10
9. Discusión de los Resultados.....	11
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	12
10. Conclusiones.....	12
11. Recomendaciones.....	13
REFERENCIAS Y ANEXOS.....	14
12. Referencias.....	14
13. Anexos.....	17



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMISIÓN TITULACIÓN- UNIDAD INTEGRADORA CURRICULAR





CONTEXTUALIZACIÓN

1. Planteamiento del Problema.

¿Cuál es el impacto de los contenidos audiovisuales en la red social Facebook de la Universidad Técnica de Babahoyo, en la comunidad estudiantil?

El avance tecnológico de las redes sociales, han empezado a formar parte fundamental de la sociedad actual, siendo considerado un medio de difusión de gran magnitud, permitiendo llegar a un sinnúmero de personas, de diferentes partes del mundo, en base a lo mencionado, es de gran importancia analizar los contenidos audiovisuales que se difunden en estos medios, determinando si logran transmitir la idea principal, generando que la audiencia se interese por dicha información.

La fan page de la Universidad Técnica de Babahoyo, posee diversa información de diferentes actividades que se realizan dentro y fuera de la institución, además de la difusión de temas en beneficio de los estudiantes, siendo considerado de tal manera un medio de comunicación más directo entre la entidad educativa y el alumnado, con el propósito de que se mantengan informados.

Por tal razón es de suma relevancia que los contenidos publicados sean claros, precisos y entendibles, que su formato sea el adecuado, que exista una correcta sincronización entre la musicalización y las imágenes, por ende, se planteó este caso de investigación y poder determinar si cumplen o no, con las especificaciones que debe contener una producción audiovisual.



2. Justificación.

Las plataformas digitales, son una herramienta de gran importancia, al permitir compartir y difundir información, por tal razón es importante analizar los contenidos difundidos por la Universidad Técnica de Babahoyo, en la red social Facebook. Este tipo de difusión es una buena alternativa valedera, siempre y cuando exista una correcta combinación de sonidos e imágenes, incluyendo la aplicación de los recursos adecuado, siendo el soporte para la transmisión del mensaje o la información.

Con la ejecución del presente caso de estudio, se podrá analizar y profundizar los procesos que intervienen en una correcta producción de contenidos audiovisuales, teniendo en consideración de como funciona y como se controla el uso de diferentes recursos, sobre la creación de una pieza comunicativa, relacionándose con mayor profundidad a esta cultura audiovisual, generando aportes positivos.

Es importante desarrollar este tipo de investigaciones, la cual permite contribuir a fortalecer la comunicación de forma eficiente, dando importancia al buen uso de las redes sociales, en base a los resultados obtenidos y el aporte de diferentes puntos de vista de autores en relación a la producción audiovisual, determinando su beneficio con la comunidad.



3. Objeto de Estudio.

3.1. Objetivo General

- Evaluar la producción del contenido audiovisual de la Universidad Técnica de Babahoyo que se difunde a través de las redes sociales.

3.2. Objetivos específicos.

- Analizar los contenidos audiovisuales de la Universidad Técnica de Babahoyo en la red social Facebook.
- Determinar el nivel de influencia de los contenidos audiovisuales como herramienta formativa en la comunidad estudiantil.
- Conocer el nivel de creatividad en el desarrollo de contenidos audiovisuales de la Universidad Técnica de Babahoyo.

4. ANÁLISIS DE CONTENIDO AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES: CASO UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

5. Línea de Investigación.

El presente caso de estudio, se desarrolló bajo la línea de investigación:
Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Sociedad y su sublínea:
Redacción Periodística, Géneros y Narrativas Digitales.



DESARROLLO

6. Marco Conceptual.

5.2. Análisis.

Se considera análisis a la realización de una investigación profunda de un tema determinado, con el fin de poder obtener una buena comprensión y conocimiento, en base a la información obtenida. El autor (Martinez, 2021) lo define como un “estudio minucioso de un tema a fin de conocer sus cualidades y así sacar conclusiones del mismo”. Además, menciona que un correcto análisis es imprescindible para el proceso de la toma de decisiones. Existen diferentes tipos de análisis, el autor (Mesa, 2021) menciona los siguientes:

- Análisis descriptivo
- Análisis predictivo
- Análisis prescriptivo

Existen algunas técnicas de análisis de información que deben ser consideradas en el desarrollo de una investigación, el autor (Carvajal, 2016) indica las siguientes:

- Revisión de información permanente y reducción de datos
- Transformación y disposición de datos
- Análisis de los contenidos
- Obtención de resultados y sus respectivas conclusiones

5.3. Contenido Audiovisual.

El contenido audiovisual, se ha convertido en una forma principal de comunicación y entretenimiento, superando la televisión y la lectura en muchos casos. El autor (Pedro, 2020) lo define como “Una sucesión de imágenes y audio, siendo susceptible de ser transmitida o retransmitida, portando algún tipo de



información”. El desarrollo de contenidos audiovisual en los últimos tiempos ha tenido un cambio radical, donde el usuario consumidor, puede convertirse en un productor de contenidos, gracias al desarrollo transformador de las redes sociales. (Cañete, 2021).

Existen algunas ventajas referentes a los contenidos audiovisuales, el autor (García, 2020) menciona las siguientes:

- Visibilidad
- Compromiso
- Transparencia

5.3.1. Producción Audiovisual.

La producción audiovisual consiste en la creación de un producto, específicamente para medios de comunicación audiovisual, como son el cine, la televisión o alguna plataforma multimedia, ejecutado en base a una o varias necesidades, es importante tener una correcta organización para así evitar costes o tiempo (Prodisa , 2018). Existen 3 fases específicamente en el cual se divide el proceso de producción audiovisual, según información proporcionada por el autor (Casas, 2022) las cuales se mencionan a continuación:

- Pre Producción
- Producción
- Post Producción

El autor (Flores, 2021) detalla algunos de los puntos que intervienen en la producción audiovisual:

- Incentivo económico (inversión)
- Convocatoria de diferentes talentos para la conformación de un grupo interdisciplinario



- Recursos técnicos
- Un plan estratégico de organización

5.3.2. Pre producción

Esta fase según el autor (Vazza, 2020) “es considerada la parte principal del proyecto, es donde se define y se realiza una investigación profunda sobre el tema establecido y se desarrolla el primer guion”. Se realiza una planificación acerca del proyecto a desarrollarse, manifestando o dando a conocer los posibles inconvenientes que pueden presentarse.

Esto se considera una parte importante del proyecto, donde se define y realiza una investigación profunda sobre temas establecidos, y se desarrolla el primer guion.

5.3.3. Producción

Se empieza con la realización de la grabación, en base a la información planificada en la fase anterior. Existen 5 tipos de producciones audiovisuales más comunes como son: largometrajes, cortometrajes, series de ficción, documentales y retransmisiones en directo (Productora Audiovisual, 2015)

5.3.4 Post producción

En esta parte se termina de construir el producto final, basándose netamente en la edición de imágenes y sonidos. El objetivo principal es concretar la idea final del producto, se consideran algunos aspectos para su ejecución como lo es el montaje, montaje de sonido, efectos, color. (Rey Juan Carlos, 2022)

5.3.5. Distribución Online.

Hace referencia a la distribución de contenido en este caso digital, a través de diferentes plataformas de internet, siendo considerado un medio de gran interés social, al poder llegar de forma más directa al público objetivo. El autor (Gutierrez, 2019) menciona que la “distribución online abarca una serie de tareas que en



conjunto con herramientas informáticas y aplicaciones sociales pueden hacer de su uso, un medio rentable”. Su correcta gestión es pieza fundamental para el éxito de un producto o servicio, de tal forma que permite crear nuevos modelos de negocio.

(Muñoz, 2019)

Existen 4 tipos de canales de distribución online que poseen un mayor favor del público, según el autor (Porras, 2019)

- Redes sociales
- Blog del sitio web de la marca
- Publicidad Nativa
- Aplicaciones móviles

5.4. Redes Sociales.

El desarrollo tecnológico en los últimos años ha evolucionado, siendo un aporte fundamental para la sociedad, el autor (Fernandez-Paniagua, 2020) menciona que las redes sociales “influyen en conexiones personales y sociales, sino que también en la manera de hacer negocios”. Por lo tanto, se podría mencionar que es una plataforma de gran interés social. Según la información obtenida por el autor (Fernandez, 2018) las redes sociales se clasifican en dos tipos, las cuales son:

- **Redes Sociales Horizontales:** hace referencia al tipo de red, donde cualquier usuario, puede participar y entrar en ellas, sin ningún parámetro, como, por ejemplo, la red social Facebook, Twitter o Instagram.
- **Redes Sociales Verticales:** en esta red social, los diferentes usuarios buscan un punto en común, las cuales sirven y están orientadas en diferentes aspectos sociales como son, busca de empleo, viajes, etc. Estas redes son, LinkedIn, Tripadvisor, Spotify, etc.



Es impactante el número de usuarios que poseen ciertas redes sociales, dando a conocer que el confinamiento realizado a la pandemia de la Covid-19 impulsó el uso de estas plataformas, el autor (Galeano, 2022) menciona las redes sociales más usadas en el mundo, las cuales son:

- Facebook
- YouTube
- WhatsApp
- Instagram
- WeChat
- Tik Tok

5.5. La Universidad Técnica de Babahoyo en las redes sociales.

Las redes sociales en la actualidad son consideradas una herramienta fundamental en diferentes entidades tanto públicas y privadas, al ser un medio que facilita la comunicación y la disposición de información. En los últimos años su impacto en la sociedad es cada vez más fuerte, al permitir obtener una interacción de forma rápida en cualquier momento y lugar. El autor (Rodríguez, 2021) considera que “Las redes sociales tienen como base las relaciones personales y son la manera actual de transmitir lo personal ante los demás”.

Las instituciones de Educación Superior, son unas de las principales entidades que han optado por el uso de esta herramienta, permitiéndole informar a su comunidad estudiantil de forma segura sobre diferentes acontecimientos relacionados a la institución. La Universidad Técnica de Babahoyo, tiene como principal medio de comunicación la red social Facebook, el cual le permite tener un contacto más directo con los estudiantes de las diferentes facultades de la institución. Las redes sociales



vistas desde el punto de profesional, permiten una mayor difusión de la información, además de obtener una mayor cercanía a la sociedad.

5.6. Universidad Técnica de Babahoyo.

La Universidad Técnica de Babahoyo fue fundada de forma oficial, el 5 de octubre de 1971, desde entonces está encaminada en la formación de grandes profesionales competentes, que aporten con el desarrollo de la sociedad. La escuela de Comunicación Social perteneciente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, fue creada en el año 1990, su propósito es preparar a sus egresados, con el fin de que puedan afrontar y contribuir en el desarrollo de su entorno laboral de forma positiva, aplicando sus conocimientos y habilidades, obtenidos en el transcurso de su vida profesional. (Universidad Técnica de Babahoyo, 2022)



7. Marco Metodológico.

La metodología de investigación, empleada en el presente caso de estudio, es el método cualitativo, el cual permite poder realizar un análisis completo e indagar las opiniones de las personas que participan en el desarrollo de la investigación en base al tema planteado, además de poseer los instrumentos necesarios para aplicar la técnica correspondiente para la obtención de información.

La información empleada para medir los datos empleados para obtener un análisis complementario se basa en la socialización por la plataforma Google Meet un grupo de 16 estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de Comunicación.

La técnica de recopilación de información aplicada, en base a la metodología de investigación es el focus group, la cual permite conocer algunos aspectos u opiniones de acuerdo a las preguntas planteadas referente a la producción de contenidos audiovisuales en las redes sociales, específicamente en la fan Page de la Universidad Técnica de Babahoyo, en base a la información obtenida, se puede establecer recomendaciones que sirvan de aporte en caso de ser necesario realizar algún tipo de cambio en cuanto a su contenido.

El grupo seleccionado para la realización del análisis de los contenidos audiovisuales, son los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación.

8. Resultados.

La muestra empleada para obtener resultados concretos en esta investigación fue basada con los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la carrera de comunicación la



cifra exacta fue de 16 alumnos impartiendo la socialización mediante la plataforma Google Meet.

De acuerdo a la técnica aplicada, se obtuvieron los siguientes resultados El 81% de las personas que participaron en el Focus Group, manifiesta que los contenidos audiovisuales publicados en la Fan Page de la Universidad Técnica de Babahoyo, llega la información a la comunidad universitaria verifica con fluidez para la comunicación educativa, un 63% menciona que casi siempre los videos utilizan aspectos estilísticos y de composición armónica, seguido de un 31% que opina que esto lo hacen regularmente. Referente a la duración de los videos, un 50% menciona que es buena, mientras que un 44% lo considera regular. El 75% de los participantes da a conocer que la calidad de los videos es buena y el 25% manifiesta que es regular, en relación a los elementos sonoros existe una leve variación de porcentaje, considerándolo entre bueno y regular. El 81% de las personas involucradas mencionaron que existe un buen manejo respecto al manejo de plano y movimientos de cámara y de la misma forma el manejo de ángulo y composición, finalmente, un 63% considera que existe un buen manejo de la iluminación.

9. Discusión de los Resultados.

En base a la información obtenida, se pudo determinar algunas falencias leves presentes en los contenidos audiovisuales publicados por la Universidad Técnica de Babahoyo en la red social Facebook, los cuales pueden mejorarse y así poder brindar una mejor producción a sus espectadores, algunas de ellas son referente a la duración de los contenidos, algunos de ellos suelen ser extensos, por lo tanto, se manifiesta que deben ser directos y explícitos.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10. Conclusiones.

Es importante mejorar algunos aspectos referentes a los contenidos audiovisual, como la calidad de producciones, haciendo uso de herramientas óptimas, que permitan mostrar una producción de excelencia, permitiendo mostrar la aplicación correcta de cada una de las fases que intervienen en su desarrollo. El punto principal de este caso de estudio, fue analizar los contenidos publicados y en base a ello tomar decisiones en plan de mejora.

El área de la producción audiovisual es amplia y compleja, pero permite crear expectativas, que, en conjunto con la creatividad, puede ser una fuente de comunicación y promoción en otros casos, teniendo como objetivo principal obtener la atención del espectador.

Los logros obtenidos con el presente caso de estudio han sido satisfactorios, al poder conocer las opiniones de diferentes estudiantes, respecto a la producción audiovisual, permitiendo captar los puntos de mayor interés y determinar los que necesitan un mayor refuerzo.



11. Recomendaciones.

- Evitar que los contenidos audiovisuales de la Fan Page de la Universidad Técnica de Babahoyo sean largas o extensas.
- Crear proyectos en relación al desarrollo de contenidos audiovisuales, con la participación de los estudiantes de los diferentes cursos de la carrera de comunicación, de manera que pueda adquirir mas conocimientos en esta área de gran interés.
- Realizar capacitaciones constantes referente al desarrollo de producción audiovisual.



REFERENCIAS Y ANEXOS.

12. Referencias

- Rey Juan Carlos. (29 de Marzo de 2022). *Escuela Universitaria de Artes*. Obtenido de Escuela Universitaria de Artes: <https://taiarts.com/blog/que-es-postproduccion-audiovisual/#:~:text=La%20postproducci%C3%B3n%20se%20podr%C3%ADa%20definir,idea%20final%20de%20la%20pieza>.
- Berelson, B. (1965). *Análisis de contenido. EL ACP FLACSO, apuntes para la Escuela latinoamericana de las ciencias Políticas*.
- Cañete, D. G. (2 de Julio de 2021). *Deusto Formación* . Obtenido de Deusto Formación : <https://www.deustoformacion.com/blog/diseño-producción-audiovisual/por-que-es-importante-contenido-audiovisual>
- Carvajal, R. S. (2016). *Técnicas de Análisis de Información*. Obtenido de Técnicas de Análisis de Información: <https://administracionpublicauba.files.wordpress.com/2016/03/tecnicas-de-analisis-de-informacion.pdf>
- Casas, L. (9 de Mayo de 2022). *OCCAM*. Obtenido de OCCAM: <https://www.occamagenciadigital.com/blog/que-es-la-produccion-audiovisual>
- Fernandez, J. N. (04 de Septiembre de 2018). *Inboundemotion*. Obtenido de Inboundemotion: <https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracteristicas>
- Fernandez-Paniagua, A. M. (9 de Diciembre de 2020). *IEBS*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>
- Flores, A. (21 de Diciembre de 2021). *Crehana*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/blog/video/que-es-produccion-audiovisual/>



- Galeano, S. (28 de Enero de 2022). *Marketing Ecommerce*. Obtenido de Marketing Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>
- García, I. (20 de Agosto de 2020). *Wekook Marketing*. Obtenido de Wekook Marketing: <https://www.wekookmarketing.com/importancia-contenido-audiovisual-marketing/>
- Gutiérrez, J. (21 de Febrero de 2019). *Tecnohotel*. Obtenido de Tecnohotel: <https://tecnohotelnews.com/2019/02/distribucion-online-sistemas-conectados/>
- LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN [LOC.]. (Martes 25 de Junio de 2013). *REGISTRO OFICIAL ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR*. Recuperado el 15 de Enero de 2020, de REGISTRO OFICIAL ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Martínez, A. (2 de Agosto de 2021). *Concepto Definición*. Obtenido de Concepto Definición: <https://conceptodefinicion.de/analisis/>
- Mesa, L. F. (16 de Febrero de 2021). *Academia Pragma*. Obtenido de Academia Pragma: <https://www.pragma.com.co/blog/3-tipos-de-analisis-de-datos-para-mejorar-la-toma-de-decisiones>
- Muñoz, A. (4 de Noviembre de 2019). *Sales Layer*. Obtenido de Sales Layer: <https://blog.saleslayer.com/es/canales-de-distribucion-como-asegurar-el-exito-de-tus-productos#que-es>
- Pedro. (6 de Febrero de 2020). *Bamboo Audiovisual*. Obtenido de Bamboo Audiovisual: <https://www.bambooaudiovisual.com/que-es-el-contenido-audiovisual/>
- Porrás, M. (5 de Abril de 2019). *Semrush Blog*. Obtenido de Semrush Blog: <https://es.semrush.com/blog/canales-de-distribucion-contenidos-digitales/>



Prodisa . (28 de Septiembre de 2018). *Prodisa Comunicacion* . Obtenido de Prodisa

Comunicacion :

https://prodisacomunicacion.com/es/noticias/produccion_audiovisual_que_es_y_que_fases_tiene/

Productora Audiovisual. (16 de Septiembre de 2015). *YuMagic*. Obtenido de YuMagic:

<https://productoraudiovisualbarcelona.com/5-tipos-producciones-audiovisuales/>

Rodriguez, S. (14 de Octubre de 2021). *Emagister*. Obtenido de Emagister:

<https://www.emagister.com/blog/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-educacion-actual/>

Universidad Técnica de Babahoyo. (2022). Obtenido de <https://utb.edu.ec/>

Vazza, F. (7 de Septiembre de 2020). *Perio UNLP*. Obtenido de Perio UNLP:

<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/talleraudiocat1/2020/09/07/clase-2-preproduccion-investigacion-y-fuentes-informativas/>



13. Anexos.

1. Preguntas ejecutadas

1. ¿El vídeo logra el objetivo de lo que se quiere dar a entender?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Siempre	13	81%	81%	81%
Casi nunca	1	6%	6%	87%
Nunca	2	13%	13%	100%
Total	16	100%	100%	

Las personas involucradas en la ejecución de la técnica Focus Group, manifestaron lo siguiente, un 81% menciona que siempre los contenidos audiovisuales publicados, logran cumplir con el objetivo de dar a entender lo que se desea informar, seguido de un 6% que indica que casi nunca se logran comprender y un 13% señala que nunca cumplan con el objetivo.

2. El video presenta aspectos estilísticos, compensación armónica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Siempre	10	63%	63%	63%
Regularmente	5	31%	31%	94%
Casi nunca	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	

Referente a los aspectos estilísticos y la compensación armónica, el 63% de los participantes menciona que los videos si los contiene, seguido de un 31% y 6% que indican que esto no sucede en los contenidos audiovisuales publicados por la Fan Page de la Universidad Técnica de Babahoyo.



3. ¿El tiempo de duración de los videos es adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	8	50%	50%	50%
Regular	7	44%	44%	94%
Malo	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	

Es una de las preguntas con mayor consideración por parte de los participantes, donde el 50% manifestaron que la duración de los videos es buena, seguido de un 44% que lo consideran regular, un 6% mencionaron que es malo, por tener una duración muy prolongada, considerando que estos deben ser directos y específicos.

4. Calidad de los elementos visuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	12	75%	75%	75%
Regular	4	25%	25%	100%
Malo	0	0%	0%	100%
Total	16	100%	100%	

Referente a la calidad de los elementos visuales, el 75% lo consideran buena, frente a un 25% que manifestaron que es regular.

5. Calidad de los elementos sonoros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	9	56%	56%	56%
Regular	6	38%	38%	94%
Malo	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	

En relación a los elementos sonoros, un 56% de las personas involucradas manifiestan que son buenos y acordes, mientras que un 38% lo consideran regular y por ultimo un 6% menciona que es malo.



6. Manejo de plano y movimientos de cámara.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	13	81%	81%	81%
Regular	2	13%	13%	94%
Malo	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	

El 81% de los participantes consideran que es bueno, el manejo de los planos y movimientos de cámara de los contenidos publicados, seguido de un 13% que mencionan que es regular y por último un 6% que opina que es malo y por ende deben realizarse mejoras.

7. Manejo de Angulo y composición

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	11	69%	69%	69%
Regular	4	25%	25%	94%
Malo	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	

En relación al manejo del ángulo y composición de los videos observados, el 69% de los participantes mencionan que es bueno, frente a un 25% que opina lo contrario, al mencionar que es regular y un 6% que manifiesta que es malo.

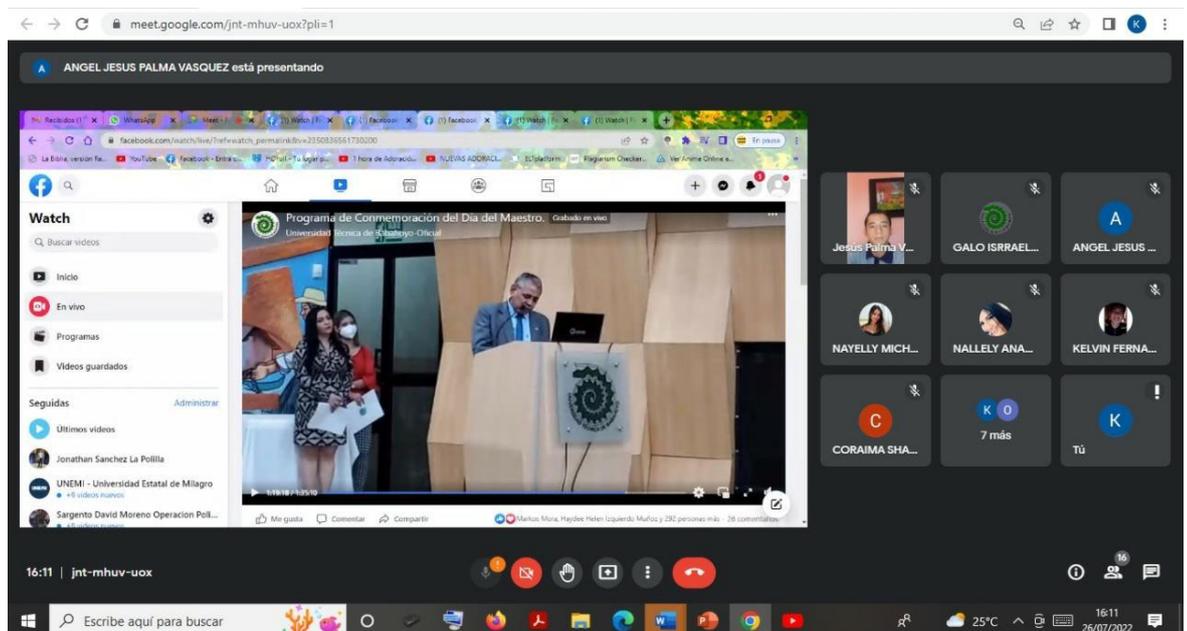
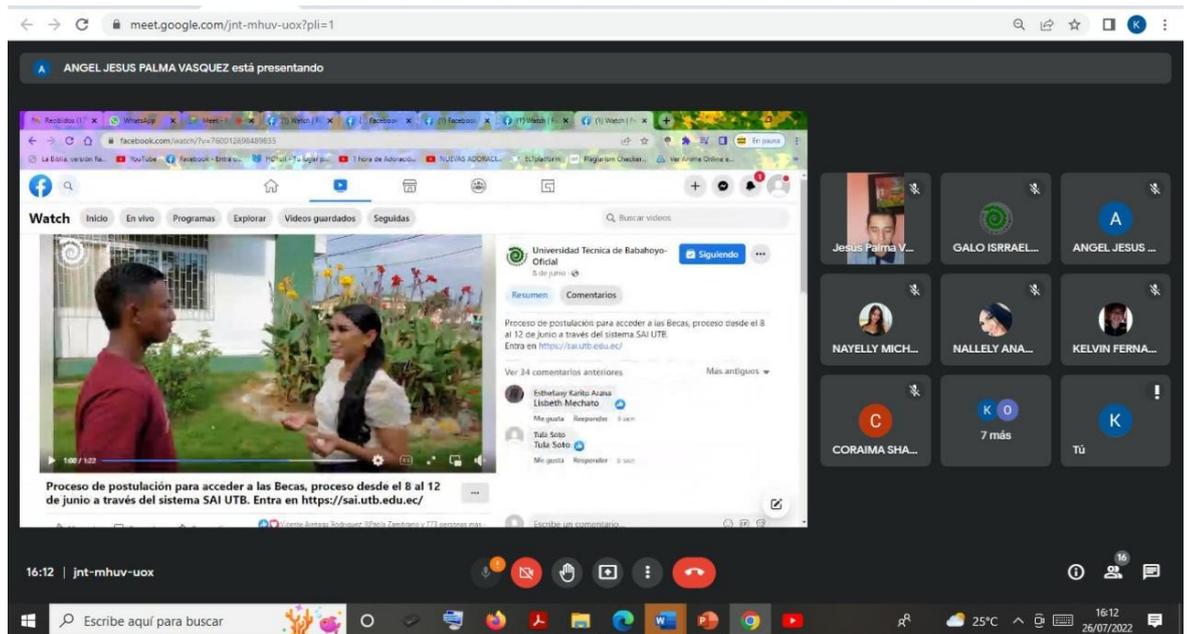
8. Manejo de iluminación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Bueno	10	63%	63%	63%
Regular	5	31%	31%	94%
Malo	1	6%	6%	100%
Total	16	100%	100%	



El 63% de los participantes mencionan que es buena la iluminación de los contenidos, seguidos de un 31% que manifiesta que es regular y un 6% que lo considera malo.

2. Fotos de la socialización por la plataforma Google Meet





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMISIÓN TITULACIÓN- UNIDAD INTEGRADORA CURRICULAR



ANGEL JESUS PALMA VASQUEZ está presentando

Programa de Intercambio Estudiantil con la Universidad IXTLAHUACA CUI de ...

16:11 | jnt-mhuv-uox

Escribe aquí para buscar

25°C 16:11 26/07/2022

ANGEL JESUS PALMA VASQUEZ está presentando

Afectaciones por etapa invernal en la Universidad Técnica de Babahoyo.

Ing. Marcos Oviedo Rodríguez, Ph.D.

16:10 | jnt-mhuv-uox

Escribe aquí para buscar

25°C 16:10 26/07/2022