

**INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DEL PROYECTO:**  
<< ESTRATEGIAS DIGITALES DE EDUCOMUNICACIÓN COMO MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE  
EL COVID-19 EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR 2021-2022.>>

**1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO**

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	13-VS-II-2021		
Nombre del Programa o Proyecto:	ESTRATEGIAS DIGITALES DE EDUCOMUNICACIÓN COMO MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE EL COVID-19 EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR.		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Línea: Desarrollo Humano Sub línea: Gestión de tecnologías de la información y comunicación		
Programa de Vinculación:	REDES Y TELECOMUNICACIONES: “Actualización del desarrollo comunitario e inclusión social de grupos en condición de vulnerabilidad mediante la gestión de la comunicación en la provincia de Bolívar”		
Campo Amplio de conocimiento:	Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)		
Campo específico de conocimiento:	Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)		
Campo detallado de conocimiento:	Sistemas de Información		
Alcance Territorial logrado:	Internacional (X) Nacional (X)	Regional ( ) Provincial (X)	Cantonal ( ) Institucional ( )
Carreras que participaron:	Comunicación Social		
Coordinador Principal:	<b>Nombres Apellidos:</b> Mgs. Danilo Eduardo Villarroel Silva		
	<b>Celular:</b> 0995384193 <b>Email:</b> dvillarroel@.ueb.edu.ec		
Coordinador Subrogante:	<b>Nombres Apellidos:</b> José Bladimir Guarnizo Delgado		
	<b>Celular:</b> 0980443533 <b>Email:</b> jguarnizo@.ueb.edu.ec		
Cobertura y Localización: (ubicación geográfica)	<b>Provincia:</b> Bolívar		
	<b>Cantón:</b> Guaranda		
	<b>Parroquia:</b> Guanujo		
	<b>Sitio:</b> Al Pachaca		
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: \$6,00		
	Del Asignado por la Contraparte: \$00		
	Total, de Presupuesto: \$ 6,00		
Periodo total de ejecución (Fechas)	Desde: 13 de diciembre de 2021	Hasta: 5 de abril de 2022	
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	2º Fase <b>160 horas</b>		
Número de docentes participantes:	2		
Número de estudiantes participantes:	21		
Comunidad beneficiaria	Un aproximado de 200.000 beneficiarios, audiencia televisiva e internautas directos y cuidados indirectos.		

Número de beneficiarios directos e indirectos	Audiencias de medios digitales y tradicionales.
Convenio de respaldo	El convenio está realizado con el Canal Municipal Tv 5 Guaranda

## 2. GENERALIDADES

*El presente proyecto se realizó en convenio con la Universidad Estatal de Bolívar y el Departamento de Investigación y Vinculación de la misma, fue realizado con éxito gracias a las facilidades brindadas por la Universidad, con la finalidad de resolver el problema encontrado mediante una investigación de campo.*

*Carencia de productos audiovisuales dinámicos, explicativos y de género informativo, que informen las medidas de prevención del covid-19 y a su vez indiquen la manera correcta de ponerlos en práctica. (Moreno, 2020) Como estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar en la carrera de Comunicación Social, la finalidad es ofrecer una alternativa en comunicación para ser difundidos en medios televisivos y digitales, precautelando transmitir la información correcta, rápida y eficaz y así elevar la calidad de vida de la sociedad. El motivo por el que realizamos este proyecto es para crear productos audiovisuales los cuales se puedan difundir a través de medios tradicionales y digitales. El principal problema de esta situación es la falta de audiovisuales informativos por parte de las entidades gubernamentales sobre la prevención ante la emergencia sanitaria.*

### **Efectos**

- *Desinformación de la ciudadanía en la correcta utilización de las medidas de prevención ante la pandemia.*

- *Poca información para la población.*
- *La sociedad no toma las medidas de prevención declaradas por la OMS.*

**Causas**

- *No se genera este tipo de productos audiovisuales didácticos ante la pandemia.*
- *Otros medios de la localidad no han implementado algún otro tipo de modelo de comunicación. No se han diseñado desde las entidades gubernamentales productos audiovisuales dinámicos y en variedad.*

### **3. OBJETIVOS**

*El presente proyecto se realiza con la finalidad de instruir a la ciudadanía en las diferentes normas de prevención y cuidado que deben aplicar en las actividades diarias, para esto nosotros como estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, de la carrera de Comunicación Social, realizaremos 10 productos audiovisuales, para finalmente transmitirlo a nivel nacional e internacional, por medios tradicionales y digitales, ante la emergencia sanitaria en la que vive actualmente el país, la implementación de estos contenidos audiovisuales que permitirán que la ciudadanía se mantenga informada de las medidas que indicó la Organización Mundial de la Salud (OMS), con el valor agregado que la información sea visual y de comprensión rápida. (Salud, 2020) Es necesario la creación de guiones de acuerdo a los temas elegidos, para los productos audiovisuales, este proyecto se realiza en conjunto con el tutor de vinculación y la Universidad Estatal de Bolívar, que beneficia a la institución y ciudadanía en general en todo el tiempo que se dé la emergencia sanitaria. Los spots permiten la conjugación de audio y video como representación de la realidad en género informativo.*

#### **Objetivos Específicos:**

*Se logró cumplir los objetivos específicos, gracias a las actividades planificadas y desarrolladas para cada objetivo.*

#### 4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO

***Impactos Previstos***

*Con este proyecto se espera lograr que la ciudadanía tome conciencia de la situación por la que atraviesa el país y el mundo entero, además se espera que, con la creación de productos audiovisuales dinámicos, por parte de los estudiantes de octavo ciclo de la carrera Comunicación Social, de la Universidad Estatal de Bolívar, generando un impacto positivo entre la sociedad, además de aprender o implementar los debidos cuidados para prevenir el contagio del Covid-19. Los contenidos serán transmitidos por los medios tradicionales y digitales a nivel nacional e internacional.*

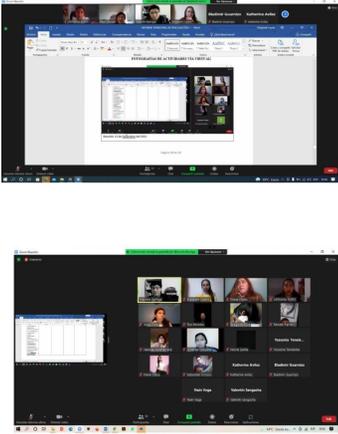
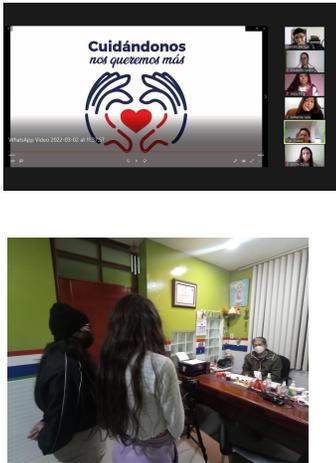
***Impactos Negativos e Impactos No Previstos***

*El pacto negativo es que los ciudadanos no tengan los medios y que no haya el interés de informarse.*

**5. RESULTADOS OBTENIDOS**

1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación;
2. Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recolectados que explique el comportamiento de indicadores antes y después de la ejecución del proyecto;
3. Análisis de causas de incumplimiento o cumplimiento parcial de objetivos.

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto						
Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y porcentaje de cumplimiento	Indicadores o Actividades	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
Identificar el conocimiento de la población ante los nuevos lineamientos emitidos ante la pandemia por COVID-19 R1 (%)	<p><b>Indicador 1</b> Realizar un análisis vasado en investigaciones de campo.</p> <p><b>Indicador 2</b> Analizar los conocimientos de la ciudadanía y los mecanismos de información.</p> <p><b>Indicador 3</b> Analizar las estrategias comunicacionales</p>	100%	<p>La infografía muestra los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>VACUNACIÓN SEGÚN SEXO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujer: 111.260 (Primera Dosis), 76.240 (Segunda Dosis), 16.811 (Dosis Única), 204.311 (Dosis de Refuerzo)</li> <li>Hombre: 123.842 (Primera Dosis), 68.844 (Segunda Dosis), 76.876 (Dosis Única), 269.562 (Dosis de Refuerzo)</li> </ul> </li> <li><b>TOTAL DOSIS SEGÚN PROVINCIA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>GUAYAS: 24.122 (Primera Dosis), 15.509 (Segunda Dosis), 17.124 (Dosis Única), 77.522 (Dosis de Refuerzo)</li> <li>LOS RÍOS: 27.861 (Primera Dosis), 16.864 (Segunda Dosis), 14.124 (Dosis Única), 68.870 (Dosis de Refuerzo)</li> <li>SANTA ELENA: 7.705 (Primera Dosis), 2.941 (Segunda Dosis), 2.941 (Dosis Única), 13.587 (Dosis de Refuerzo)</li> <li>BOLIVAR: 14.122 (Primera Dosis), 10.119 (Segunda Dosis), 14.479 (Dosis Única), 58.720 (Dosis de Refuerzo)</li> </ul> </li> </ul>	Para la ejecución de los indicadores se realizaron varios procesos recopilatorios de información de índole social, institucional y científica. Misma que permitió dotar de solides la información a querer transmitir.	Cambios de medidas, semaforización y restricciones por los organismos del estado, COE Nacional y MSPE.	Continuo trabajo digital a fin de avanzar de forma correcta sin descuidar las restricciones y limitaciones a fin de no exponer al grupo de trabajo.

	y el trabajo con la contraparte.					
Diseñar guiones de los productos audiovisuales para la difusión de contenidos en la nueva etapa de la enfermedad (vacunación, cuidados y levantamiento de medidas o restricciones) en relación al COVID-19. R2 (%)	<p><b>Indicador 1</b> Definir equipos de trabajo para la realización de guiones.</p> <p><b>Indicador 2</b> Definir el tiempo de los spots.</p> <p><b>Indicador 3</b> Elaboración de guiones para los productos radiales y audiovisuales.</p>	100%		Elaboración de grupos de trabajo y directrices para los productos comunicacionales tanto en formato de guiones, delimitación de tiempos, usos de voz institucional, revisión y corrección de borradores.	Aumentos de contagios, nuevas variantes, grupos de trabajo con estudiantes dispersos.	Investigación y actualización de conocimientos en materia de prevención. Reuniones y controles constantes entre coordinador, docentes, contraparte y estudiantes para dar acompañamiento y seguimiento a los avances.
Presentar los productos comunicacional es tomando en cuenta (pre producción, producción y post producción). R3 (%)	<p><b>Indicador 1</b> Socializar los productos pares a su adecuada revisión tanto de docentes como de representantes de la contraparte.</p> <p><b>Indicador 2</b> Informar el proceso que lleva a la realización del proyecto: preproducción, producción y posproducción.</p> <p><b>Indicador 3</b> Realizar una</p>	100%		<p>Cumplimento de grabaciones de guiones por parte de los grupos de trabajo y elaboración de bocetos o borradores.</p> <p>Elaboración de reuniones de trabajo para conocer avances en los productos comunicacionales.</p>	Dispersión de grupos de trabajo, y limitaciones en ciertos medios de comunicación	Actualización de guiones y tomas adaptadas a la nueva normalidad que se estableció, con foro al 100 % en todos los eventos públicos y privados

	recopilación de medios, para las alianzas de difusión de contenidos para su posterior difusión (medios tradicionales y digitales).			Recopilación de datos de medios de comunicación pertenecientes a la provincia de Bolívar fin de propagar de mejor manera los contenidos. Alianzas comunicativas con medios nacionales de diferentes ciudades del país.		
Organizar la transmisión a nivel provincial y nacional de los productos audiovisuales R4 (%)	<p><b>Indicador 1</b> Revisión de los productos comunicacionales a ser transmitidos.</p> <p><b>Indicador 2</b> Envío y recepción de productos comunicacionales a los medios de comunicación con los que se logró las alianzas.</p> <p><b>Indicador 3</b> Mapeo de Medios</p>	100%	 	<p>Presentación de productos con los parámetros sugeridos y correcciones propuestas por los coordinadores y personal de la contraparte del proyecto.</p> <p>Entrega de oficios y productos comunicacionales para la difusión en los diferentes medios aliados al proyecto.</p> <p>Realización de un mapeo de medios para el control y seguimiento de la difusión de contenidos de la campaña.</p>	Legar a un acuerdo con los diferentes medios de comunicación a nivel nacional para la transmisión de los spots comunicacionales	Ninguna

## 6. INFORME ECONÓMICO

*Presupuesto asignado al proyecto, detalle el presupuesto recibido realmente, ya sea como recursos económicos, materiales, equipos, insumos, u otros, indicando la fuente si fue la UEB o de la contraparte, el uso que se dio a los recursos económicos recibidos, realice un cuadro donde se presenten los datos de recursos recibidos menos los ejecutados. Recuerde que de acuerdo al artículo 12 del sistema de vinculación, debe hacer entrega formal de los bienes habidos durante la ejecución del proyecto a la DIVIUEB.*

### 6.A. PRESUPUESTO USADO CON CARGO A LA UEB

#### 1. SUMINISTROS DE OFICINA

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Esferos	1	20	0,08	\$1,60
Papel bomd75gr	1	1	2,30	\$2,30
Carpetas con vinchas	1	30	\$0,07	\$2,10
			<b>Total (6.A.1)</b>	<b>\$6,00</b>

#### 2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB

(Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc..)

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
			<b>Total (6.A.2)</b>	<b>\$0</b>

**ANEXO 6.B.**  
**PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE** *(Describir el detalle)*

**I. SUMINISTROS, IMPRESIONES, MATERIAL DIDÁCTICO, INSUMOS Y OTROS BIENES**

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
<b>Total (2.B)</b>				\$0

<b>TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)</b>	<b>6.B.1+ 6.B.2</b>	<b>\$0</b>
--	---------------------	------------

<b>TOTAL PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>	<b>\$6,00</b>
---	-----------------	---------------

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- *La realización del presente trabajo es un audiovisual y spots radiales de las Estrategias Digitales de Educomunicación como medidas de prevención ante el Covid-19 en la provincia de Bolívar, en esta etapa post Covid, realizado por los estudiantes de Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, con la finalidad de brindar un aporte a la sociedad en esta emergencia sanitaria, por lo que se concluyó que también es necesario dar información a las personas de la provincia y el país por ello se realizó los videos explicativos, gráficos y los spots para los medios de comunicación radial.*
- *Al convivir con la emergencia actual que está viviendo el país y el mundo se manifestó y surgió la necesidad de crear productos comunicacionales que orienten, eduquen e informen a la comunidad en gestión por lo que se pudo concluir que de acuerdo a la investigación realizada y observación a nivel local, nacional e internacional se vio la carencia de productos audiovisuales que nos den a conocer y tomar las debidas medidas de bioseguridad que está emergencia amerita, por ende el esfuerzo y empeño por parte de la Universidad en realizar contenidos exclusivos en conjunto con los estudiantes de Comunicación.*
- *El realizar el proyecto genero una experiencia que se obtuvo dentro del contexto de vinculación con la sociedad realizado en la Universidad Estatal de Bolívar en Guaranda fue a través de un proceso de acercamiento con la sociedad y la contraparte de este proyecto y así dar el uso de las diferentes herramientas tecnológicas, por lo que se realizó este aporte informativo y posteriormente socializado con su difusión en el Canal de Televisión Municipal de Guaranda y los diferentes medios de comunicación radiales y digitales de la localidad y el país, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos e impartidos por los docentes de la academia dentro de la Carrera de Comunicación.*

### Recomendaciones

- *Hay que tener en cuenta que dentro del país hay muchas personas que desconocen cuales son algunas medidas o recomendaciones de bioseguridad a tener en cuenta para evitar el contagio de Covid-19 y que no todos cuentan con una televisión o acceso a internet, por eso se recomendó realizar también productos de ámbito radial.*
- *El principal medio de difusión del producto audiovisual es la contraparte el Canal de Televisión Municipal de Guaranda, Medios Digitales y los Medios de Radiales con la difusión de los spots, explicado de una manera sencilla y corta que ayude a la comprensión del receptor, por lo que se recomendó realizar trabajos explicativos, gráficos y spots que expliquen las medidas de bioseguridad que se debe tener en cuenta en esta etapa post Covid.*
- *El compromiso de un comunicador estará enfocado siempre a servir a la comunidad, el diagnóstico de los problemas ayudara a que se pueda proporcionar soluciones viables mediante las diferentes técnicas y una de ellas es la observación, por lo que se recomendó que se debe estar más atento y prestar atención a los problemas que existen y ocurren en la sociedad y en conjunto buscar las soluciones que permitan mejorar la calidad de vida de los ciudadanos e informar siempre la verdad siendo profesionales con valores éticos y morales.*

## 8. ANEXOS

- a) *Oficio dirigido al Director de Investigación y vinculación, (según formato) con un cuadro resumen con los nombres y apellidos completos de los estudiantes participantes, su número de cedula y horas cumplidas, durante todo el proyecto con la firma del Coordinador del programa o proyecto. El coordinador debe guardar las listas diarias firmadas por los estudiantes como evidencia.*
- b) *Documento de conformidad con la ejecución del proyecto emitido (o firmado) por la contraparte (Según modelo) y cualquier otro documento o producto generado durante el proyecto*
- c) *Otras fotografías, manuales, trípticos, etc. Cualquier evidencia que pueda respaldar los resultados.*



**DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN**

Guaranda, agosto 12, 2021

Magister  
Danilo Villarroel  
**COORDINADOR DE VINCULACIÓN UEB**

Presente,

Después de extender un cordial saludo, me permito felicitar la labor desempeñada por usted y su equipo de trabajo, así mismo, expresamos nuestra apertura para la transmisión de los productos elaborados dentro del proyecto "Estrategias digitales de educomunicación como medidas de prevención ante el Covid-19 en la provincia Bolívar" elaborado por los estudiantes de 8vo ciclo de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.

Auguramos el mejor de los éxitos en las labores a usted encomendadas

Atentamente



Lcda. Paula Herrera C.  
**GERENTE "GUARANDA TV"**



CARRERA DE COMUNICACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

Guaranda, 22 de febrero de 2022  
Oficio N.º: 012 C-C

Lic.  
**Ángel García**  
Gerente  
Canal de TV Municipal de Guaranda

Presente

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo, la presente tiene por objeto, reiterar el apoyo del GAD Municipal de Guaranda, a través del Canal Municipal, como contraparte del proyecto de Vinculación **Estrategias digitales de educomunicación como medidas de prevención ante el Covid-19 en la provincia de Bolívar**, para la difusión de los productos comunicacionales que permitirán educar a la población sobre la nueva normalidad que vive el mundo y necesita de una campaña de sensibilización constante. El Proyecto fue aprobado por el Consejo Universitario, el año anterior, para su ejecución hasta abril de 2022, con la contraparte del Canal Municipal.

La elaboración de productos comunicacionales relacionados con el tema del Proyecto, son parte de la formación profesional que lo desarrollan los estudiantes de Noveno ciclo de la Carrera de Comunicación y lo vienen trabajando desde el mes de noviembre del 2021 y tiene un avance del 60 %, por lo que esperamos, también, tener su autorización y apoyo para concluir el trabajo de los estudiantes, requisito para ingresar al proceso de Titulación.

Al agradecer por su atención y a la espera de una respuesta favorable.

Atentamente,



MARCELO BARRIGA  
BARRIGA T. MARCELO

**Mgs. Marcelo Barriga T.**  
Docente /Director del Proyecto  
Vinculación

Elizabeth Castro

Presidenta de Curso, IX Semestre

23-02-2022

13h00

## **Anexo 1**

El estudio de campo del proyecto es importante ya que permite la recolección de datos que influirán en la ejecución del proyecto, para el desarrollo de este indicador se aplicó varias técnicas que permitieron recabar información, lo que permitió tener un mejor panorama del tema a investigar, es indispensable realizar un acercamiento al lugar en el que se tomará de referencia para ejecutar el proyecto ya establecido.

Para la creación y desarrollo de la campaña de comunicación se debe tener claro el enfoque que se le dará a la misma y para ello es necesario analizar los factores involucrados como son: el personal de salud en todas sus jerarquías y también a la población, objeto de estudio.

Es de conocimiento que existe varias técnicas y tipo de investigación de campo, uno de los pasos importantes a realizarse es la observación directa en la que se determinará el proceso de inoculación para ello, el equipo investigador acudió de manera presencial a los puntos de vacunación de la ciudad de Guaranda.

La ventaja de realizar la investigación de campo es que permite contrastar la información que se nos otorga por medio de páginas oficiales del ministerio de salud y la que recolectamos durante la investigación de campo.

En el primer acercamiento se puso a consideración dos técnicas, la observación y la entrevista abierta.

Se realizó el primer acercamiento con ciudadanos que estaban siendo inoculados y se realizó una pequeña entrevista acerca de los medios de comunicación que más sintonizan en la ciudad y la provincia de Bolívar, así también se hizo un acercamiento con el Ing. Xavier Verdezoto, encargado de la Dirección distrital de Salud 5 de la ciudad, mencionó que ha sido importante el apoyo de los medios de comunicación locales a la hora de difundir información importante contra la covid-19.

Realizamos un acercamiento a través de la entrevista con algunos medios locales y social media, conversamos sobre el tema de la difusión de contenido que prevenga y contribuya en la disminución de casos covid-19 en la provincia de Bolívar.

Radio Impacto, Tv 7 Guaranda, El Diario la Hora de Ambato han sido medios que han ayudado en el tema de difusión de contenido de prevención de la ciudad de Guaranda con ayuda de sus corresponsales en la ciudad.

En cuanto a la población inoculada mencionaron que es importante la participación de los medios comunicacionales para la prevención por lo que consideran que será un aporte importante para la ciudadanía el proyecto a ejecutarse.

Se ha realizado un modelo de encuesta descriptiva en la que se pudo analizar el impacto de los medios en la población Bolivareense.

---

**ENCUESTAS SOBRE EL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN COMUNICACIONAL  
DE LA POBLACIÓN ANTE LA ACTUAL CAMPAÑA DE VACUNACIÓN CONTRA  
EL COVID-19**

**DIRIGIDO A TODOS LOS PROFESIONALES DEL ÁREA DE SALUD**

**1.- ¿Qué tipo de medio de comunicación han utilizado para la campaña contra el Covid-19 y sus cuidados?**

-----  
-----

**2.- ¿Qué información consideran relevante para la población, acerca de cuidados?**

-----  
-----  
-----  
-----

**3.- ¿Consideran que la campaña comunicacional anterior ha ayudado a bajar los casos de Covid-19?**

- SI

- NO

**4.- ¿Cuáles son los puntos principales a tratar en dicha campaña?**

-----  
-----  
-----  
-----

**5.- ¿Consideran que se deben crear nuevas técnicas de comunicación para los ciudadanos con discapacidad?**

-----  
-----  
-----  
-----

**DIRIGIDO A LA CIUDADANÍA**

**1.- ¿Qué tipo de medio es el que más usa (radio, televisión, prensa o redes sociales)?**

-----  
-----  
-----  
-----

**2.- ¿Con qué frecuencia usted ha escuchado publicidad para la prevención del Covid-19?**

- MUY FRECUENTE
- FRECUENTEMENTE
- POCO FRECUENTE
- NUNCA

**3.- ¿Por qué medios usted se ha informado sobre los cuidados para la prevención del Covid-19?**

-----  
-----  
-----  
-----

**4.- ¿Qué tipo de campaña comunicacional fue la más notoria para comprender los riesgos de la pandemia?**

-----  
-----  
-----  
-----

**5.- ¿Considera usted que la publicidad expuesta hasta el momento ha sido de ayuda en su vida diaria?**

- SI
- NO



**Fecha:** Lunes 27 de Diciembre del 2021

Reunión y entrevista con el Dr. Xavier Verdezoto Director distrital de Salud zona 5 Bolívar

Entrevistado: Es importante la participación de los medios y los recursos que utilizan para prevenir el contagio por covid-19, felicito la gestión de la carrera de comunicación de la universidad Estatal de Bolívar al tomar la iniciativa y promover estas campañas que de seguro ayudarán a crear conciencia en la ciudadanía.



Aplicación de encuestas punto de inoculación en el Coliseo de la ciudad de Guaranda

**Fecha:** jueves 23 de diciembre del 2021



Entrevista a la señora María Culqui Coordinadora del proceso de inoculación en Bolívar

**Fecha:** Domingo 19 de diciembre del 2021

**Entrevistada:** Como servidores de la salud pública apoyamos la gestión realizada por los estudiantes de la universidad ya que los medios de comunicación tienen a influir a la ciudadanía, de esa manera podemos ayudar a que la ciudadanía tome conciencia ya que el virus aún no ha pasado.



Entrevista a ciudadano inoculado Sr. Guido Castro

**Fecha:** lunes 20 de diciembre del 2021

Entrevistado: Como ciudadano considero que es importante estos espacios, sin duda el proceso de vacunación ha ayudado a contralar los contagios en nuestra ciudad y resulta muy gratificante la iniciativa de la carrera de comunicación al crear estos productos y difundirlos en los medios de comunicación.



Conversatorio con el medio Tv 7 Guaranda sobre el tema

**Fecha:** Martes 22 de diciembre del 2021

En el medio de comunicación tv7 Guaranda se socializó la iniciativa de la campaña de prevención de los estudiantes de la carrera de comunicación el señor David Andrade y Junior Gonzales pusieron a disposición sus instalaciones y recursos para la difusión del contenido comunicacional.

### Cálculo de la muestra

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1																
2																
3			Columna1	Columna2		muestra finita										
4			parametro	valor		675,860285										
5			N	65000												
6			Z	1,96												
7			p	80												
8			Q	20												
9			E	9												
10																
11																
12																
13																
14																
15																
16																
17																
18																
19																
20																
21																

**Anexo 2****1.2 Analizar los síntomas que tiene la población al momento de recibir la vacuna.**

La población general de la provincia de Bolívar con tendencia al proceso de vacunación, comprendida en todos los niveles de edad, correspondientes a las distintas fases de vacunación a nivel nacional, no puede presentar sintomatología alguna previo y durante la recepción de la vacuna, pues existe contraindicación médica para receptar la vacuna, en muchos casos inclusive al tener enfermedades preexistentes o como coadyuvante con algún tratamiento previa valoración de un médico.

Por tal motivo analizaremos los síntomas que tiene la población posterior a recibir las distintas vacunas aprobadas por las diferentes organizaciones internacionales y nacionales pertenecientes a la red de salud pública del Ecuador.

**VACUNA PFIZER- BIONTECH**

Las vacunas contra el COVID-19 fueron probadas cuidadosamente antes de ser aprobadas. En los estudios participaron muchas personas de diferentes edades, razas, etnias y con diferentes condiciones médicas. La Agencia Reguladora de Alimentos y Medicamentos (FDA por sus siglas en inglés) examinó todos los datos y determinó que la vacuna es segura y efectiva.

Efectos secundarios comunes

En el brazo donde recibió la vacuna:

- Dolor
- Enrojecimiento o Hinchazón
- En el resto del cuerpo:
- Cansancio
- Dolor de cabeza Dolor muscular
- Escalofríos
- Fiebre
- Náuseas

Cualquier persona que haya tenido una reacción alérgica grave después de recibir la vacuna contra el COVID-19 de ARNm (Pfizer-BioNTech o Moderna) no debería recibir otra dosis de ninguna de las dos vacunas de ARNm contra el COVID-19. Las personas que hayan tenido una reacción alérgica grave después de haber recibido la vacuna contra el COVID-19 de Johnson & Johnson Janssen (J&J/Janssen) no deberían recibir otra dosis de esa vacuna.

Del mismo modo, los efectos secundarios que experimentaron los niños que recibieron esta vacuna contra el Covid-19 durante el estudio fueron leves o moderados, y bastante parecidos a los que desarrollan los mayores de 16 años. Los más frecuentes son los siguientes

- Dolor donde se aplicó la inyección
- Fatiga
- Dolor de cabeza
- Dolor muscular
- Escalofríos
- Fiebre
- Dolor en las articulaciones
- Disminución del apetito
- Náuseas
- Ganglios linfáticos inflamados

Estos posibles efectos secundarios suelen aparecer, igual que ocurre con los adultos, entre uno y dos días después de ponerse la vacuna.

Los dos efectos secundarios que continúan bajo vigilancia son los casos de miocarditis (inflamación del músculo cardíaco) y pericarditis, afección en la cual la cubierta similar a un saco alrededor del corazón -pericardio- resulta inflamada. Los síntomas de la miocarditis y la pericarditis son variados, aunque los más frecuentes son dificultad para respirar, palpitaciones que pueden acompañarse de ritmo cardíaco irregular y dolor torácico.

### **VACUNA CORONAVAC DE SINOVAC CONTRA LA COVID-19**

La OMS ha validado hoy el uso de emergencia de la vacuna CoronaVac contra la COVID-19 que fabrica la empresa farmacéutica Sinovac, cuya sede se encuentra en Beijing (China). Así, los países, los donantes, los organismos de adquisición y las comunidades tienen la garantía de que esta vacuna cumple las normas internacionales de inocuidad, eficacia y fabricación.

Esta vacuna contiene virus inactivados y, gracias a que sus requisitos de almacenamiento son muy sencillos, su manejo es muy fácil y se adapta especialmente a los entornos de bajos recursos. Se recomienda también vacunar a las personas que presenten enfermedades que, de acuerdo con los datos disponibles, aumentan el riesgo de sufrir síntomas graves de la COVID-19. Esto ocurre, por ejemplo, con la obesidad, las enfermedades cardiovasculares y las neumopatías.

Las personas que hayan presentado anafilaxia por algún componente de esta vacuna no deberían vacunarse. Las personas con COVID-19 aguda confirmada mediante una prueba de reacción en cadena de la polimerasa (PCR) solo se deben vacunar cuando haya terminado la fase aguda de la enfermedad y se hayan cumplido los criterios para poner fin al aislamiento.

Las vacunas contra la COVID-19 pueden tener efectos secundarios leves tras la primera o la segunda dosis. Estos son algunos posibles efectos secundarios:

- Dolor, enrojecimiento o hinchazón en el lugar donde se administró la inyección
- Fiebre
- Fatiga
- Dolor de cabeza
- Dolor muscular

- Escalofríos
- Dolor articular
- Náuseas y vómitos
- Ganglios linfáticos inflamados

## **LA VACUNA DE ASTRAZENECA**

La Vacuna de AstraZeneca es una de las vacunas aprobadas por la OMS para combatir el COVID-19, se usa para proteger a las personas de 18 años de edad y mayores contra el COVID-19. El COVID-19 es causado por un virus llamado coronavirus (SARS-CoV-2). La Vacuna de AstraZeneca contra el COVID-19 estimula las defensas naturales del cuerpo (sistema inmunitario). Hace que el cuerpo produzca su propia protección (anticuerpos) contra el virus. Esto ayudará a protegerlo contra el COVID-19 en el futuro.

Esta vacuna contra la COVID-19 puede tener efectos secundarios leves tras la primera o la segunda dosis. Estos son algunos posibles efectos secundarios:

Muy frecuentes (puede afectar a más de 1 de cada 10 personas)

- Sensibilidad, dolor, calor, o rasquiña en el sitio de aplicación de la inyección.
- Sensación de malestar general.
- Sensación de cansancio (fatiga).
- Escalofríos o sensación febril.
- Dolor de cabeza.
- Mareo (náuseas).
- Dolor en las articulaciones o en los músculos.

Frecuentes (pueden afectar hasta 1 de cada 10 personas)

- Inflamación o enrojecimiento en el sitio de aplicación de la inyección
- Fiebre
- Vómito o diarrea
- Dolor en las piernas o brazos

- Síntomas como los de la gripa, como por ejemplo alta temperatura, dolor de garganta, secreción nasal, escalofríos.

Poco Frecuentes (pueden afectar hasta 1 de cada 100 personas)

- Somnolencia o sensación de mareo
- Dolor abdominal
- Ganglios linfáticos agrandados
- Sudoración excesiva, picazón en la piel, erupción cutánea o urticaria muy raros
- Se han observado coágulos sanguíneos mayores en combinación con niveles bajos de plaquetas en sangre (trombocitopenia) con una frecuencia de menos de 1 de cada

100.000 individuos vacunados

- Bajo conteo de plaquetas (trombocitopenia)

Desconocido (la frecuencia no puede ser determinada a partir de los datos disponibles)

- Reacción alérgica grave (anafilaxia)
- Hinchazón severa de los labios, la boca, la garganta (que puede causar dificultad para tragar o respirar)

Si experimenta algún efecto secundario no mencionado en este folleto, por favor infórmelo a su profesional médico.

## **VACUNA CANSINO**

La vacuna CanSino (unidosis) está indicada para la prevención de la COVID-19 en adultos de 18 a 60 años. Desde su llegada al Ecuador se ha destinado su aplicación a personas que viven en zonas alejadas, privadas de la libertad y en situación de movilidad, a escala nacional.

La vacuna, al igual que todos los productos biológicos de este tipo que han ingresado al territorio ecuatoriano, cuenta con autorización de uso por emergencia sanitaria y aprobación de Agencias Reguladoras de Alta Vigilancia de Chile y México. También de organismos

técnicos encargados de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de medicamentos, productos biológicos y productos naturales de uso medicinal en estos países.

No administrar en mujeres embarazadas o en periodo de lactancia y en personas con contraindicaciones.

Los efectos secundarios de la Vacuna CanSino son:

- Fiebre
- Dolor de cabeza
- Dolor muscular
- Escalofríos
- Dolor articular
- Náuseas y vómitos

## DISTRIBUCIÓN DE VACUNAS

Vacunas del Covid-19 que se distribuirán en la Unión Europea						
						
Nacionalidad	 EE UU /  Alemania	 Reino Unido	 EE UU	 EE UU	 Francia /  R. Unido	 Alemania
Capacidad de producción de dosis	50 millones en 2020 1.300 millones en 2021	3.000 millones en 2021	20 millones en 2020 500 a 1.000 mill. en 2021	1.000 millones a partir de 2021	1.000 millones a partir de 2021	300 millones en 2021 600 millones en 2022
Compra de dosis de la UE	200 millones 100 millones adicionales	300 millones 100 millones adicionales	80 millones <sup>3</sup> 80 millones adicionales	200 millones 200 millones adicionales	300 millones	225 millones 180 millones adicionales
Suministro de dosis a España	21 millones 10,5 millones adicionales	31,5 millones 10,5 millones adicionales	8,4 millones 8,4 millones adicionales	21 millones 21 millones adicionales	31,5 millones	23,6 millones 19 millones adicionales
Fase actual de ensayos clínicos	Fase III <sup>1</sup>	Fase III <sup>1</sup>	Fase III <sup>1</sup>	Fase III	Fase II	Fase II
Inicio previsto de comercialización	Diciembre de 2020	Diciembre de 2020	Primer trimestre 2021	Primer trimestre de 2021	Primer semestre de 2021	Tercer trimestre de 2021
Dosis necesarias por persona						
Precio por dosis <sup>2</sup>	<16,5 €	2,9 €	<21 €	8,5 €	10 €	Nd

(1) En Europa sigue un proceso de evaluación rápida de aprobación. (2) Solo en el caso de AstraZeneca el precio es público, en los restantes casos son estimaciones. (3) Moderna tiene un preacuerdo con la Comisión Europea.  
Fuente: elaboración propia con datos públicos de las empresas

BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS

**Bases para la contra indicación a recibir la vacuna si se presenta algún síntoma o enfermedad coexistente.**

Según datos publicados en el diario El Universo de fecha 14 de julio de 2021, dicha publicación y según fuentes como la UNICEF, se establece la recomendación de no recibir la vacuna hasta que la persona haya culminado su cuadro febril o gripal. (Unicef.org, 2020-2021)

Para el análisis y comprensión citan al médico epidemiólogo Oswald Restrepo, quien indica que de existir la sospecha de estar contagiado o tener sintomatología asociada al covid-19 y sus diferentes variantes o de tener gripe; es recomendable realizarse una prueba PCR o de antígenos a fin de evitar reacciones u efectos adversos ante la vacunación.

“Si la gripe concluye que es un cuadro infeccioso respiratorio leve y no hay lugar a confusión con COVID-19, esa persona puede acercarse a vacunarse; si la gripe discurre con una infección moderada o grave que incluye fiebre alta, es preferible dejar pasar la gripe”, comenta Restrepo. (Restrepo, 2021)

Según el centro para pacientes internacionales, los virus del (SARS-CoV 2) Coronavirus y los de la gripe o influenza, son diferentes, aunque compartan síntomas por ser enfermedades respiratorias, lo que ocasionaría confusión para conocer a ciencia cierta que se padece, por cuanto es oportuno hacerse una prueba.

Con respecto a la vacunación contra la influenza en el Ecuador, existen diferentes programas manejados por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, dicha institución informó el 28 de junio de 2021 que contaban con 1.500.000 dosis de vacunas que permitirían disminuir la incidencia de infecciones respiratorias por algunos virus de la influenza, evitando así complicaciones y muertes en grupos de población de riesgo.

Al tratarse de dos enfermedades distintas el MSPE, manifiesta que (las personas vacunadas contra la COVID-19 pueden recibir la fórmula contra la Influenza Estacional, luego de observar las siguientes consideraciones, según sea el caso: transcurridos 21 días luego de la segunda dosis de Pfizer o Sinovac y luego de 21 días de la primera o segunda dosis de AstraZeneca.

Las dosis de vacunas disponibles en Ecuador son eficaces, están certificadas y avaladas por la Organización Mundial de la Salud (OMS). (Ecuador, 2021)

El Dr. Antoni Trilla, jefe del Servicio de Medicina Preventiva y Epidemiología del Hospital Clínic de Barcelona, explica cuál es la situación de las personas con enfermedades autoinmunes respecto a la vacunación COVID-19. Quien manifiesta que es necesario determinar el tipo de enfermedad y características, pese a no existir contra indicación a vacunarse, es recomendable vacunarse con consulta médica del tratante e ir a vacunar en periodos de mejoría o antes de empezar el tratamiento, siempre con asesoría del tratante. (Trilla, 2021)

## **Encuestas**

En la siguiente encuesta realizada a los ciudadanos de la provincia de Bolívar nos dan a conocer las estadísticas respectivas que la mayoría de las personas están de acuerdo a vacunarse contra la COVID -19, en las encuestas realizadas encuestamos al 92.3% de género femenino y al 7.7% de género masculino.

En las encuestas realizadas el 84.6% son adultos jóvenes decididos a vacunarse y el 15.4 adolescentes.

Gracias a las encuestas realizadas el 92.3% están de acuerdo a realizarse las vacunas contra la variante COVID-19. En la segunda pregunta de nuestra encuesta el 69.2% dio respuesta de un no al no tener complicaciones en su salud al adquirir la respectiva vacunación.

En la tercera pregunta el 23.1% recibió la vacuna AstraZeneca, el 23.1 la vacuna Pfizer, el 30.8 la vacuna Sinovac y el 23.1 Cansino.

En la cuarta pregunta las personas nos respondieron que el 30.8% tuvo un efecto de dolor muscular al realizarse la vacuna, el 30.8 dolor de cabeza, el 30.8 fiebre y el 7.7 dolores articulares.

En la quinta pregunta podemos observar que las personas presentaron más síntomas en la primera dosis y el 42.9 en la segunda dosis.

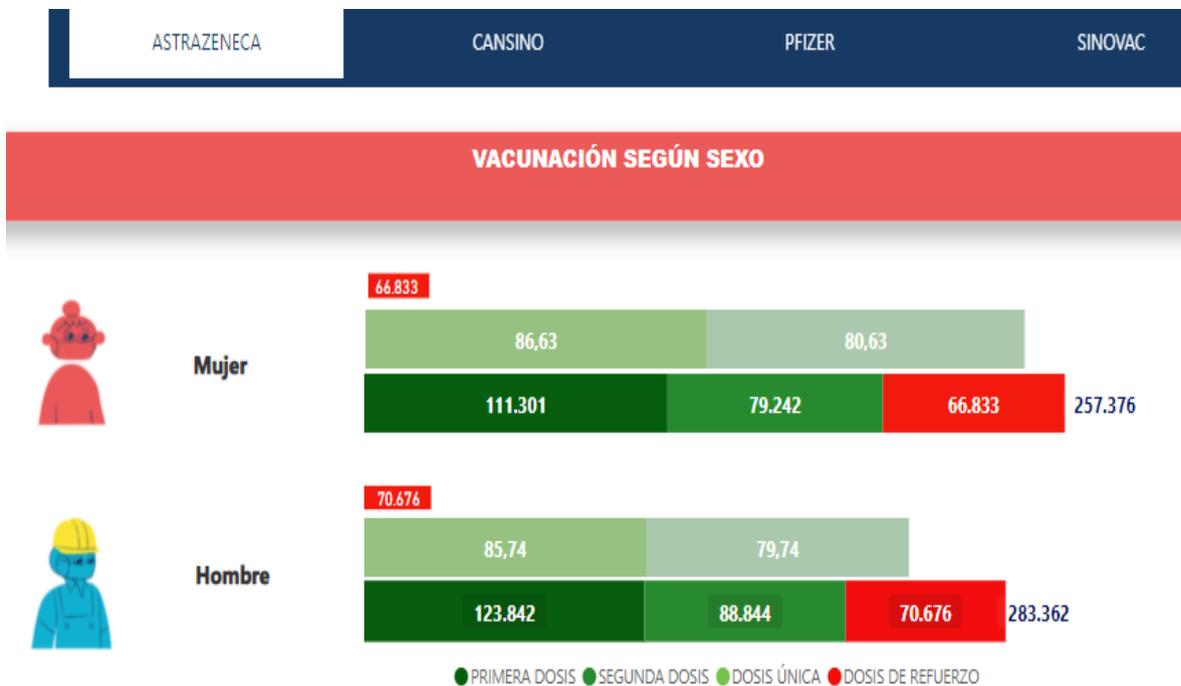
En la sexta pregunta el 42.9 respondió que no pensaban que era segura la vacuna contra COVID-19 y el 57.1 que si era segura.

En la última pregunta las personas dieron a conocer que han adquirido la primera dosis y el 78.6 la segunda dosis.

## ESTADÍSTICAS DE LA PERSONAS VACUNADAS CONTRA EL COVID-19 DELA PROVINCIA DE BOLÍVAR



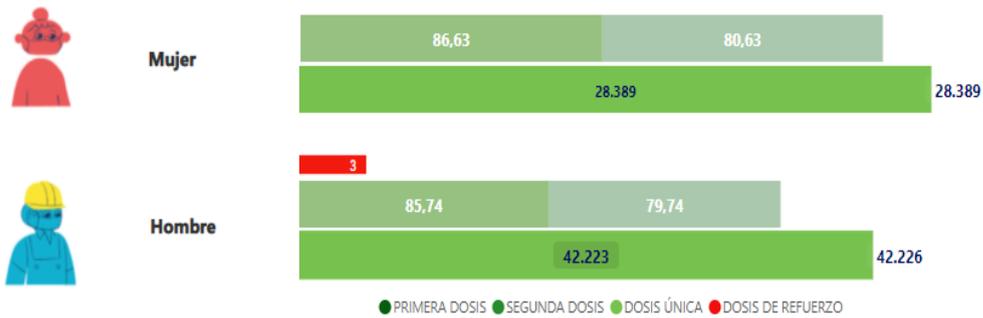
### ASTRAZENECA



**Cansino**



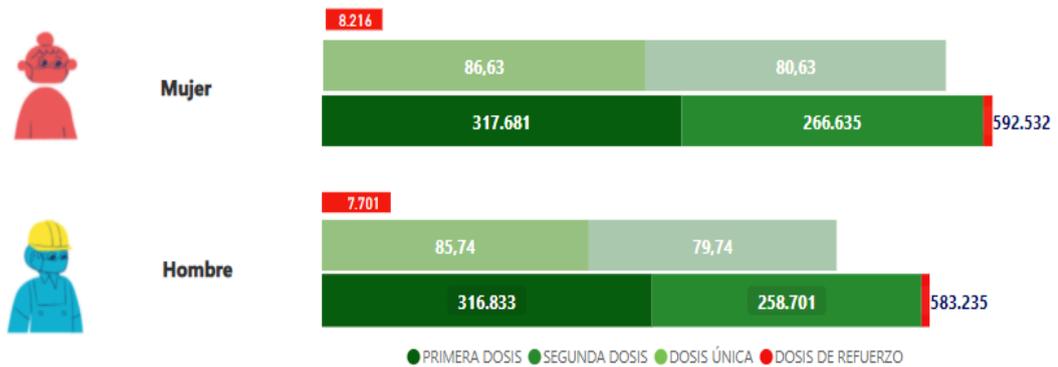
**VACUNACIÓN SEGÚN SEXO**



**Pfizer**



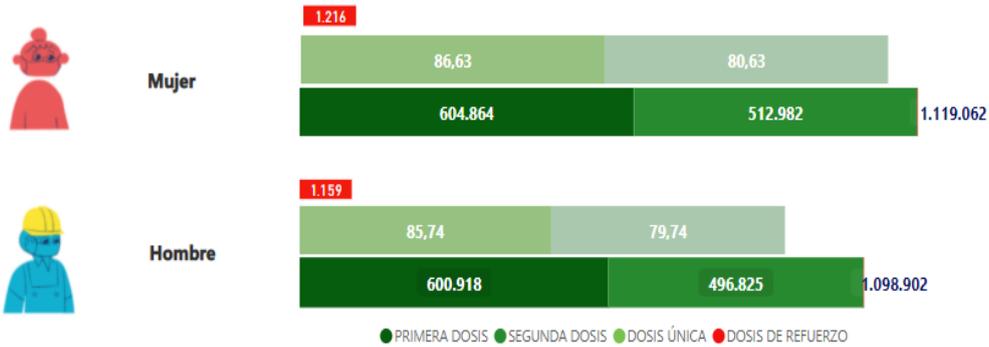
**VACUNACIÓN SEGÚN SEXO**



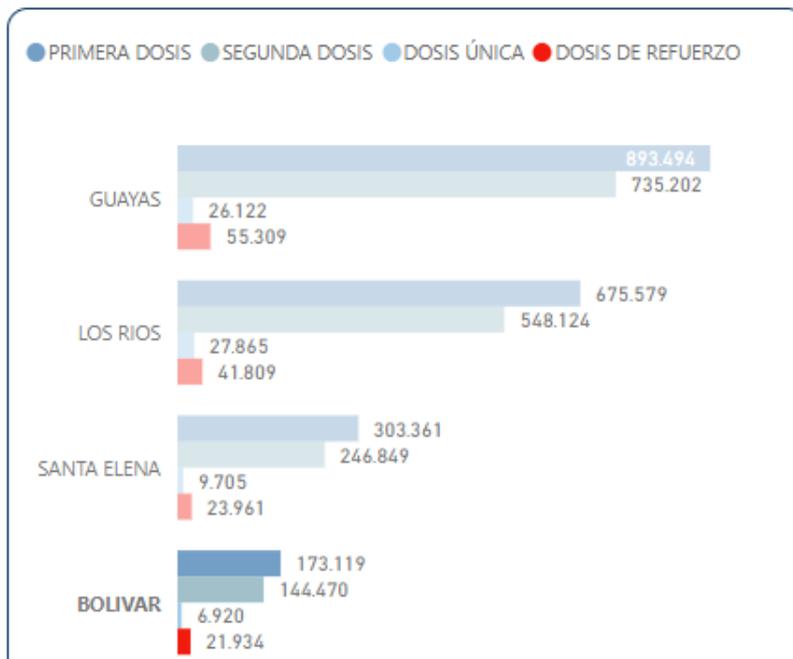
**Sinovac**



**VACUNACIÓN SEGÚN SEXO**



**TOTAL DOSIS SEGÚN PROVINCIA**



### TOTAL DOSIS SEGÚN CANTÓN

PROVINCIA	CANTÓN	PRIMERA	SEGUNDA	DOSIS ÚNICA	REFUERZO
BOLIVAR	CALUMA	14.343	11.260	391	1.847
BOLIVAR	CHILLANES	17.365	15.204	1.650	1.777
BOLIVAR	CHIMBO	11.187	10.676	982	2.245
BOLIVAR	ECHÉANDIA	13.743	11.480	706	1.766
BOLIVAR	GUARANDA	86.478	68.691	831	8.973
BOLIVAR	LAS NAVES	6.706	5.034	100	672
BOLIVAR	SAN MIGUEL	23.297	22.125	2.260	4.654

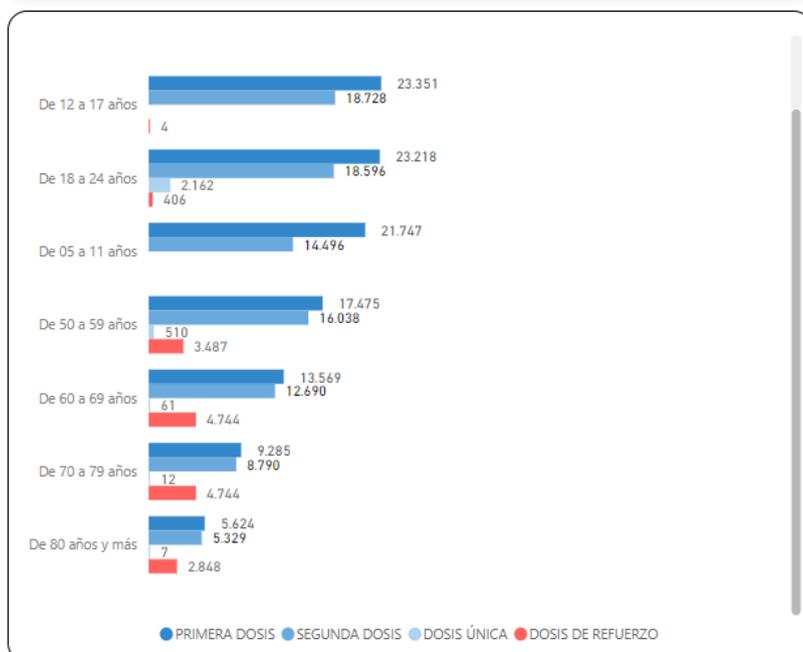
### COBERTURAS POR CANTÓN

PROVINCIA	CANTÓN	PRIMERA DOSIS	SEGUNDA DOSIS
BOLIVAR	CALUMA	91,35	74,21
BOLIVAR	CHILLANES	94,96	92,17
BOLIVAR	CHIMBO	72,87	75,93
BOLIVAR	ECHÉANDIA	99,96	88,64
BOLIVAR	GUARANDA	90,43	72,70
BOLIVAR	LAS NAVES	96,39	73,80
BOLIVAR	SAN MIGUEL	88,27	92,39

**TOTAL DOSIS SEGÚN ZONA Y POBLACIÓN PRIORIZADA**

ZONA POBLACIÓN PRIORIZADA	Total			
	PRIMERA DOSIS	SEGUNDA DOSIS	DOSIS ÚNICA	DOSIS DE REFUERZO
Adulto mayor	56	104		
Bomberos	67	79	2	43
Estudiantes del sector salud	402	311		2
Fuerzas Armadas	226	260		241
GAD (provincial, municipal, cantonal)	806	998	2	200
Persona de apoyo a respuesta de pandemia	68	58	6	8
Personal de educación	3.328	2.357	2	1.111
Personal de salud	1.837	1.485	9	1.343
Personas en situación de movilidad (migrantes)	13	9	4	
Población general	163.351	134.807	6.835	18.334
Policía Nacional	921	725	11	471
PPL (personas privadas de la libertad)	44	209		1
Recolectores de basura		1		
Sectores Estratégicos	2.000	3.067	49	180
<b>Total</b>	<b>173.119</b>	<b>144.470</b>	<b>6.920</b>	<b>21.934</b>

**VACUNADOS SEGÚN GRUPOS DE EDAD**



(Plan de vacunación , s.f.)

A medida que los diferentes procesos de vacunación avanzan de manera general, en la provincia de Bolívar se registran datos generales del plan de vacunación del Ministerio de Salud con cifras y porcentajes aproximados por grupos de interés.

El acceso a la información en la zona distrital de salud de Bolívar N5, no ha sido completo, por tal razón basamos nuestra información en fuentes oficiales tanto organismos nacionales MSP como internacionales OMS, Unicef, FDA, entre otros. los cuales han basado sus estudios en distintas investigaciones.

Las restricciones pre existentes en la recepción de vacunas no sólo son asociadas al esquema de vacunación contra el Covid-19 ya que esto sucede con otras vacunas que se aplican en el Ecuador cómo la de influenza, h1N1, entre otras.

En las que la contra indicación médica surge por reacción fisiológica a una sustancia extraña dentro de nuestro organismo lo cual podría ocasionar una reacción mucho más fuerte o peligrosa.

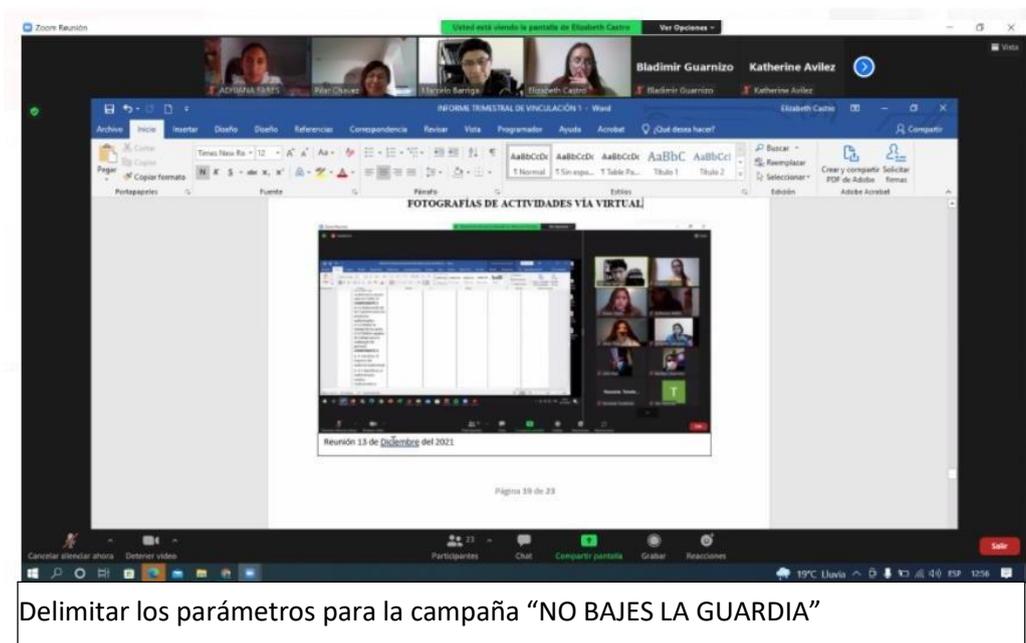
### **Anexo 3**

En la provincia Bolívar, según el último censo realizado en 2010, existen aproximadamente 183.641 habitantes, de los cuales 17.771 pertenecen al grupo de la tercera edad, estos datos constan en la plataforma oficial de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

En cuanto a las personas que recibieron la vacuna contra la covid-19 son aproximadamente 44.954 adultos mayores, según los datos epidemiológicos COVID-19 de 2021, mismos que se encuentran publicados en la plataforma oficial del Ministerio de Salud Pública. (MSP, 2021)

Cabe mencionar que se ha logrado percibir un hallazgo, ya que como se puede observar el número de adultos mayores de la provincia Bolívar y los vacunados contra la covid-19 son totalmente diferentes, esto se debe a que, según la investigación realizada previamente, han acudido a recibir la vacuna en los distintos cantones de la provincia personas de otras partes del país, sin embargo, se los tiene que ubicar en el lugar donde se recibió la vacuna.

## Anexo 4



## Anexo 5

Determinar los objetivos que tendrá cada producto comunicacional.

- Título: No bajas la guardia

Objetivo del producto: Concientizar a la población sobre la importancia de la vacuna.

- Título: Proteger a los niños ante el contagio por covid-19.

Objetivo: Promocionar las prácticas del autocuidado para la prevención del covid-19, tomando en cuenta las nuevas recomendaciones de la OMS.

- Título: El Covid-19, sinónimo de dolor.

Objetivo: Motivar a la ciudadanía a no bajar la guardia y hacer uso de todas las medidas de bioseguridad.

- Título: Sigámonos cuidando

Objetivo: Prevenir un contagio masivo aplicando las correctas medidas de bioseguridad a través de la difusión de spots radiofónicos.

- Título: Nueva variante, nuevos cuidados

## Anexo 6

Objetivo: Informar sobre la nueva variante tomando en cuenta los cuidados de bioseguridad necesarios.

- Título: Si nos vacunamos, ganamos todos.

Objetivo: Incentivar a la población a vacunarse para evitar más muertes.

- Título: Mensajes de prevención para combatir el covid-19

Objetivo: Incentivar a los bolivarenses con un mensaje de prevención y concientización para disminuir la ola de contagios.

- Título: Cuídate y te cuidaremos

Objetivo: Concientizar a la población, que se vacune y mantenga las medidas de bioseguridad contra el Covid-19

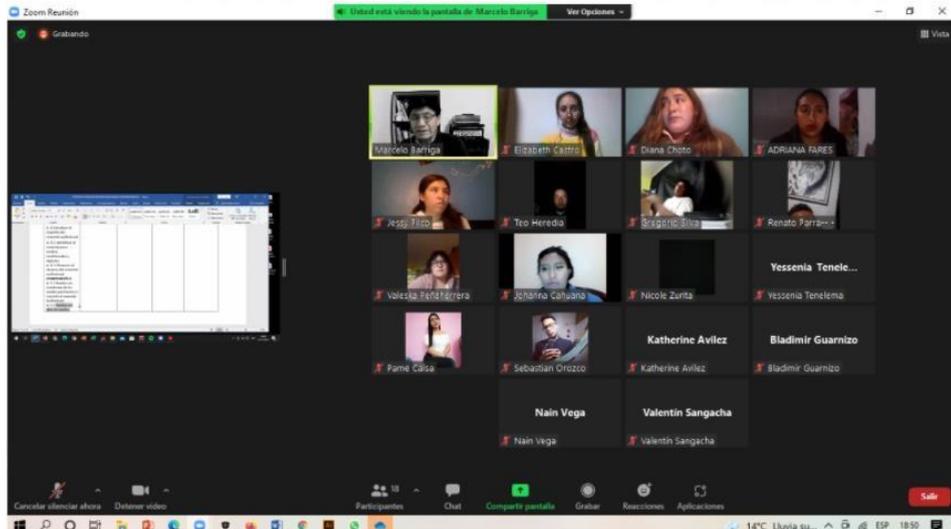
Escoger el nombre de la campaña.

19 respuestas



Tabulación de los resultados obtenidos de la encuesta.

## Anexo 7



Designación grupos de trabajo para la elaboración de los guiones

## Anexo 8

El tiempo de los videos será de 1.15 máximo

**Título:** No bajas la guardia

**Objetivo del producto:** Concientizar a la población sobre la importancia de la vacuna.

**Duración:** 1.10 minutos

El tiempo de los spots será de máximo 1.min

**Título:** Sigámonos cuidando

**Objetivo:** Prevenir un contagio masivo aplicando las correctas medidas de bioseguridad a través de la difusión de spots radiofónicos.

**Duración:** 40s

**Anexo 9**

**GUIONES TV**

**CAMPAÑA DE CONCIERTIZACIÓN PARA COMBATIR EL COVID-19**

**CON DISTANCIAMIENTO NOS QUEREMOS MÁS**

*Vacunarse es una prueba de amor*

**Título:** No bajes la guardia

**Objetivo:** Crear un producto comunicacional que ayude a la concientización e importancia de la vacunación para evitar posibles contagios a futuro.

**Duración:** 1:10 minuto

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS o IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
ESCENA 1 (Intro)	"Si ya te vacunaste no bajes la guardia"	10s	Plano medio	Adriana hablando al frente de punto de vacunación.	Música de fondo	Microfono inalámbrico (estéreo)
ESCENA 2 (Desarrollo)	Recuerda Mantener disciplina.  Si ya te vacunaste con la	1a 20s	Plano detalle Plano general Plano medio	Personas en un hospital, puntos de vacunación, niños jugando,	MÚSTICA DE FONDO VOZ EN OFF	Computadora

Página 30 de 55

Página 48 de 55 6816 palabras Español (Ecuador)

Guiones para Tv y plataformas digitales.

**GUIONES RADIO**

**CAMPAÑA DE CONCIERTIZACIÓN PARA COMBATIR EL COVID-19**

**CON DISTANCIAMIENTO NOS QUEREMOS MÁS**

*Vacunarse es una prueba de amor*

**Título:** Sigámonos cuidando

**Objetivo:** Aplicar las correctas medidas de bioseguridad y así prevenir un posible contagio.

**Duración:** 40s

LOCUTOR	LIBRETO	TIEMPO	SONIDO	RECURSOS MATERIALES	Objetivo
Renato	Intro "Hola Margarita, por qué tan apurada?"	1s 3s	Mosaico Biliú's Mosaico Biliú's	Youtube Microfono Computador Consola Editor	Aplicar las correctas medidas de bioseguridad y así prevenir un posible contagio

Página 41 de 59

Página 41 de 59 6868 palabras Español (Ecuador)

Guiones para radio

**GUIONES TV**

**CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN PARA COMBATIR EL COVID-19 “NO BAJES LA GUARDIA” CON**

**DISTANCIAMIENTO NOS QUEREMOS MÁS**

*Vacunarse es una prueba de amor*

**Título:** No bajas la guardia

**Objetivo del producto:** Concientizar a la población sobre la importancia de la vacuna.

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS o IMÁGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
1	“Vacunarse es una prueba de amor”	10s	Plano medio	Adriana hablando al frente de punto de vacunación.	Música de fondo summer travel - energetic	Micrófono inalámbrico (estéreo)

					upbeat popand uplifting summer	Computadora
2	Para finales de marzo del 2022 se espera dejar de utilizar la mascarilla en espacios abiertos pero recuerda seguir cuidándote con las diferentes medidas de bioseguridad establecidas por la OMS, para evitar contagios por las nuevas variantes de este virus.	20s	Plano detalle Plano general Plano medio	Personas en un hospital, puntos de vacunación, niños jugando, personas caminando.	Música de fondo summer travel - energetic upbeat popand uplifting summer . Voz en off	
3	La variante BA.2 presenta dos nuevos síntomas como, mareo y fatiga, usted puede aún infectarse al inhalar el virus si está cerca de una persona	20s	Plano medio Plano general Plano detalle	Personas en bus, personas sentadas en el parque, persona tocándose la nariz, boca.	Música de fondo summer travel - energetic upbeat popand	

	contagiada o si tras tocar una superficie contaminada, se toca los ojos, la nariz o la boca				uplifting summer. Voz en off	
4	Acude a aplicarte la tercera dosis, la emergencia sanitaria no ha terminado, siga usando todas las medidas de bioseguridad. Yo me cuido ¿Y tú?	10s	Plano medio	Adriana hablando frenteal hospital.	Música de fondo summer travel - energetic upbeat popand uplifting summer Voz en off	
5	Esta fue unarecomendación de la Organización Mundialde la Salud con la colaboración de este medio radial y los estudiantes de lacarrera de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar	10s		Kamila Caiza	Voz oficial	
	Total	1.10				
<b>Responsables</b>	Elizabeth Castro ( guion) Adriana Fares( voz en off) Jessica Pilco ( guion) Gregorio Silva ( edición)					

**Título:** Presentar el carnet de vacunas con sus respectivas dosis

**Objetivo:** Motivar a la ciudadanía a vacunarse y a llevar el carnet

**Duración:** 00.58

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS o IMÁGENES	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
1	El COVID 19 es una enfermedad infecciosa causada por coronavirus que se está extendiendo en varios países de todo el mundo.	7s	Imagen del virus coronavirus, y hospital	Música defondo Para videos comerciales y Voz en off	Micrófono inalámbrico (estéreo)
2	Al mismo tiempo afectando a cientos de miles de personas en todos los continentes causando un gran número de muertes, es importante vacunarse no solo para recibir el carnet, sino para prevenir enfermedades graves	10s	Personas caminando en las calles de Guaranda, imagen de personas en coma y personasrecibiendo su carnet	Música defondo Para videos comerciales y Voz en off	Computadora
3	Al recibir las dosis correspondientes se recibe el carnet de vacunación ya que es un documento muy importante, por ese motivo debemos cuidarlo y presentarlo en las entidades públicas para poder realizar trámites de esta manera nos sentiremos más seguros en el lugar en donde estemos	20s	Persona vacunándose, personas presentando su carnet y ciudad de Guaranda	Música defondo Para videos comerciales y Voz en off	
4	Esta fue una recomendación de la Organización Mundial de la Salud con la colaboración de este	10s	Kamila Caiza	Voz oficial	

**Título:** Proteger a los niños ante el contagio por covid-19. **Objetivo:** Promocionar las prácticas del autocuidado para la prevención del covid-19, tomando en cuenta las nuevas recomendaciones de la OMS.

**Duración:** 1.03

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS o IMÁGENES	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Intro	Preste atención a las medidas de bioseguridad en esta nueva etapa pos covid de acuerdo a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.	10s	Logo de la campaña	Logo de la campaña	Micrófono inalámbrico (estéreo)
1	Cómo proteger a los niños ante el Covid-19	4s	Plano general. Letras animadas.	Manos de un niño con pintura.	Computadora

2	Es importante que los niños de 5 años en adelante reciban la inmunización, con el regreso a clases presenciales en las escuelas y colegios el uso de las mascarillas aún es obligatorio en espacios cerrados.	6s	Plano medio. Primerísimo primer plano.	Niña con su madre. Doctor.	
3	Para evitar contagios, los padres deben acercarse a los centros de vacunación para recibir su tercera dosis de refuerzo.	5s	Plano americano.	Mujer recibiendo la tercera dosis. Doctoras.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
4	Evite llevar a los menores a lugares muy transitados; si no es necesario, mantenerlos en casa en especial a los pequeños que aún no pueden vacunarse.	7s	Plano general. Plano medio.	Gente en la calle. Familia conformada por 3 niños y un adulto.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
5	Mantener una buena condición de salud, realizando actividades físicas, tomando en cuenta el distanciamiento social.	7s	Plano general.	Niños jugando en bicicletas.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
6	Procurar lugares abiertos.	4s	Plano general.	Familia conformada por dos niños y dos adultos.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
7	Si presentan síntomas en los niños es importante que se realice la prueba del covid.	7s	Plano medio. Plano americano.	Niño pequeño enfermo. Niño	Fondo musical instrumental (Graduation).

				realizándose prueba covid. Enfermero realizando la prueba.	Locutora (Voz en off).
8	Vacunarse es una prueba de amor.	7s	Plano americano.	Madre e hija colocándose la mascarilla.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
9	Este fue un aporte del vicerrectorado de investigación y vinculación de la Universidad Estatal de Bolívar, la Carrera de Comunicación, el GAD Municipal de Guaranda y el apoyo de este Medio de Comunicación.	10s	Logos animados de la UEB, la carrera de Comunicación, el GAD Municipal y la OMS.	Logos animados de la UEB, la carrera de Comunicación, el GAD Municipal y la OMS.	Fondo musical instrumental (Graduation). Locutora (Voz en off).
<b>RESPONSABLES:</b> Adriana Fares (locución), Ana Campaña (guion), Teo Heredia (edición).					

**Título:** El Covid-19, sinónimo de dolor.

**Objetivo:** Motivar a la ciudadanía a no bajar la guardia y hacer uso de todas las medidas de bioseguridad.

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS O IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
1	Rostro triste )	5s	Primer plano	Angie (Protagonista central)	Música de fondo Música dramática triste	Cámara Micrófono
2	(Ojos y lágrimas)	4s	Plano detalle	Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono
3	(reunión de amigos)	5s	Plano general	Angie	Risas efecto	Cámara Micrófono
4	Protagonista preocupada)	4s	Plano medio corto	Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono

5	Padre de Angie hospitalizado)	4s	Plano detalle	Emilio (Padre de Angie )	Efecto hospital	Cámara Micrófono
6	(Familia)	4s	Plano General	Padre Madre Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono
7	Cementerio	5s	Plano perfil medio	Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono
8	Recuerdo llegaa casa contagiada	4s	Plano detalle	Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono
9	Médico-Hospital Iess Guaranda	8s	Plano general	David- Médico	Música de fondo	Cámara Micrófono
10	Máquina de hospital muerte)	4s	Plano detalle	Objeto	Música de fondo	Cámara Micrófono
11	Voz en off	13s	Locución	Angie	Música de fondo	Cámara Micrófono
<b>RESPONSABLES:</b> Johanna Cahuana (edición cámaras) - Nain Vega (voz en off)						

**TÍTULO:** El regreso a clases.

**OBJETIVO:** Incentivar a la población a seguir utilizando correctamente la mascarilla en lugares cerrados y no descuidar su salud.

**DURACIÓN:** 52'

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS O IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Intro	Intro de campaña "Cuidándonos nos queremos más"	10'	Fijas			- Computadora - Programas de edición
Escena 1	Entrada universidad estatal de Bolívar Ingresa Katherine Avilez, dirigiéndose a carpa de bioseguridad.	10'	Plano General y plano medio Imagen fija	Katherine (voz en off): "La nueva normalidad ya está aquí"	Música corporativa sin copyright para presentaciones	- Computadora - Cámara - Programas de edición

Escena 2	Vista lateral de carpa de bioseguridad. (Katherine realiza la representación de las medidas de bioseguridad - Lleva mascarilla puesta - Se desinfecta las manos - Presenta carnet de vacunación)	14'	Plano conjunto Imagen fija	Katherine (voz en off): “Recuerda que en espacios cerrados debes usar mascarilla, desinfectarse las manos sigue siendo una prioridad. No olvides llevar siempre contigo, tu carnet de vacunación. Cuidándonos nos queremos más”	Música corporativa sin copyright para presentaciones	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Escena 3	Katherine sale de aplicar todo el proceso de bioseguridad del ingreso a la UEB.	6'	Plano general Imagen fija	Katherine Avilez	Música corporativa sin copyright para presentaciones	- Computadora - Cámara - Programas de edición
Cierre	Logos de cooperantes	12'	Imagen fija	Voz en off		- Computadora - Programas de edición Micrófono
<b>RESPONSABLES:</b> Kamila Caiza, Sebastián Orozco, Katherine Avilez, Renato Parra, Nicole Zurita, John Rea						

**TÍTULO:** Vacunarse es un acto de amor

**OBJETIVO:** Incentivar a la población a seguir utilizando correctamente la mascarilla en lugares cerrados y no descuidar su salud.

**DURACIÓN:** 59'

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS O IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Intro	Intro de campaña "Cuidándonos nos queremos más"	7'	Fijas			- Computadora - Programas de edición
Escena 1	Persona vacunándose	6'	Plano medio Imagen fija	- Doctora - Paciente	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición
Escena 2	Personaje 1: viendo a cámara dice un mensaje	4'	Plano medio Imagen fija	Nicole Zurita (Voz en off): "Siempre me he vacunado contra la gripe, pero hoy es más importante que nunca"	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Escena 3	Niño vacunándose	6'	Plano medio Imagen fija	- Doctora - Paciente	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición

Escena 4	Personaje 2: viendo a cámara dice mensaje	4'	Plano medio Imagen fija	John Rea (Voz en off): "Yo me vacuno porque vivo con mi padre y mi abuelo":	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Escena 5	Persona de la tercera edad vacunándose	6'	Plano medio Imagen fija	- Doctora - Paciente	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición
Escena 6	Personaje 3: viendo a cámara dice mensaje	4'	Plano medio Imagen fija	Katherine Avilez (Voz en off): "Yo me vacuno, porque en casa tengo una persona con enfermedad crónica"	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Escena 7	Persona joven vacunándose	6'	Plano medio Imagen fija	- Doctora Paciente (Renato Parra)	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición
Escena 8	Personaje 1: volviendo a cámara dice mensaje de campaña	3'	Plano medio Imagen fija	Nicole Zurita (Voz en off): "Vacunarse es un acto de amor"	Música corporativa sin copyright #23	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Cierre	Logos de cooperantes	13'	Imagen fija	Voz en off		- Computadora - Programas de edición Micrófono
<b>RESPONSABLES:</b> Kamila Caiza, Sebastián Orozco, Katherine Avilez, Renato Parra, Nicole Zurita, John Rea						

**TITULO:** A través de la ventana

**OBJETIVO:** Incentivar a la población a seguir utilizando correctamente la mascarilla en lugares cerrados y no descuidar su salud.

**DURACIÓN:** 1.15'

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS O IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Intro	Intro de campaña "Cuidándonos nos queremos más"	10'	Fijas	Kamila Caiza (voz en off) Preste atención a las medidas de bioseguridad en esta nueva etapa post- COVID, de acuerdo a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.	Sonido emotivo sin copyright #18	- Computadora - Programas de edición
Escena 1	joven sentado viendo a través de una ventada, al frente tiene una radio.	5'	Plano medio Imagen fija	John Rea	Sonido emotivo sin copyright #18	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio

Escena 2	Enfoque a radio. Joven enciende la radio	4'	Primer plano Imagen fija	Jhon Rea	Sonido de radio encendiéndose	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio
Escena 3	Volvemos a joven sentado viendo la ventana. En el fondo aparecen dos chicas sin utilizar mascarilla y saludan con amigo. Joven baja la mirada.	15'	Plano medio y plano conjunto Imagen fija	Jhon Rea Katherine Avilez Nicole Zurita Renato Parra	Se escuchan noticias emitidas por la radio sobre los casos de COVID19	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio
Escena 4	El amigo que conversa con las chicas presentatos y no utilizan distanciamiento.	10'	Plano medio Imagen fija	Renato Parra Nicole Zurita Katherine Avilez	Se escuchan noticias emitidas por la radio sobre los casos de COVID19	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio
Escena 5	Volvemos a joven sentado viendo la ventana. Mientras los amigos siguen conversando	5'	Plano conjunto Imagen fija	John Rea Katherine Avilez Nicole Zurita Renato Parra	Se escuchan noticias emitidas por la radio sobre los casos de COVID19	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio

Escena 6	Enfoque a radio. Joven apaga la radio	4'	Primer plano Imagen fija	John Rea	Sonido de emisora perdiendo señal	- Computadora - Cámara - Programas de edición - radio
Escena 7	Volvemos a joven sentado viendo la ventana. Mientras los amigos se despiden	4'	Plano conjunto Imagen fija	John Rea Katherine Avilez Nicole Zurita Renato Parra	emisora perdiendo señal	- Computadora - Cámara - Programas de edición
Escena 8	Pantalla en negro con texto	6'	Imagen fija	Texto: En casa nos esperan, la pandemia aún no ha terminado. Por mi familia, yo me cuido	Sonido de teclado escribiendo	- Computadora - Cámara - Programas de edición - Micrófono
Cierre	Logos de cooperantes	13'	Imagen fija	Voz en off		- Computadora - Programas de edición Micrófono
<b>RESPONSABLES:</b> Kamila Caiza, Sebastián Orozco, Katherine Avilez, Renato Parra, Nicole Zurita, John Rea						

**TITULO:** NUEVAS MEDIDAS, NUEVA NORMALIDAD

**OBJETIVO:** Informar sobre los cuidados y medidas que se debe seguir usando con lanueva normalidad que el mundo vive por el Covid-19.

**DURACIÓN:** 1,05 s

ESCENA	LIBRETO	TIEMPO	TOMAS O IMAGENES	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Lugar Abierto	Recuerde que con la autorización deaforos al 100% en lugares públicos y privados.	'5	Plano General	Multitud (Personas)	Voz en off	Cámara trípode Computadora
Lugar abierto	Se debe seguir con las medidas prevención, por tu seguridad y la detu familia.	'6	Plano Medio	Persona con medidas de bioseguridad	Voz en off	Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
Cuarto de Hospital	Estudios por la OMS, revelan la vacunación puede reducir la propagación de la enfermedad y ayudar a proteger a los que están vacunados y a las personas que los rodean.	'8	Plano Medio	Enfermeros	Voz en off	Cámara Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio

Pasillo de hospital	Por ello la organización Mundial de la Salud recomienda:	'7	Plano general a medio	adultos	Voz en off	Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
Subcentro o punto de vacuna	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inmunizar a todas las personas mayores de cinco años</li> </ul>	'7	Plano detalle	Niños o adultos	Voz en off	Cámara
Lavabo	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lavarse frecuentemente las manos</li> </ul>	'7	Plano general	Adultos	Voz en off	Cámara Micrófono Computador Consola
Centro comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mantener distancia de uno a dos metros con otra persona</li> </ul>	'9	Plano general	Adultos o niños	Voz en off	Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
Centro comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evitar espacios transcurridos y poco ventilados</li> </ul>	'5	Plano medio	Adultos	Voz en off	Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
Cuarto de estudios	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mayor uso de mascarilla como la kn95 y alcohol</li> </ul>	'5	Plano medio		Voz en off	Audio
Video	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kamila Caiza</li> </ul>	'9	Logo de instituciones		Voz en off	Audio
	RESPONSABLE: Diana Choto (voz en off y edición de video), Renato Paredes (tomas), Pamela Caisa(tomas), Jessenia Tenelema					

**GUIONES RADIO**

**CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN PARA COMBATIR EL COVID-19**

***“CUIDÁNDONOS NOS QUEREMOS MÁS”***

<b>LOCUTOR</b>	<b>LIBRETO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>PERSONAJES</b>	<b>SONIDO</b>	<b>RECURSOS - MATERIALES</b>
	Fondo musical	01´	X	Música corporativa 102	YouTube
Sebastián	¡La nueva normalidad es un hecho!	02´	Ninguno	Música corporativa 102	Micrófono Computador Consola Editor Aurífonos Tarjeta de audio
	Efecto de sonido	01´	X	Transición	
Sebastián	No olvides: que en espacios cerrados debes usar mascarilla, evita visitar lugares concurridos, desinfectarse las manos sigue siendo una prioridad, recuerda siempre llevar tu carnet de vacunación. Cuidándonos nos queremos más	13´	Ninguno	Música corporativa 102	
	Efecto de sonido	02´	X	Transición	
Kamila	Este fue un aporte del Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la sociedad de la Universidad Estatal de Bolívar, la carrera de Comunicación y con el apoyo de este medio de comunicación.	10´	X	Voz institucional	
<b>Responsables</b>	Kamila Caiza - Katherine Avilez - Nicole Zurita - Renato Parra – Sebastián Orozco - John Rea				

**TÍTULO:** LA MASCARILLA NOS SIGUE PROTEGIENDO

**OBJETIVO:** Incentivar a la población a seguir utilizando correctamente la mascarilla en lugares cerrados y no descuidar su salud.

**DURACIÓN:** 44"

LOCUTOR	LIBRETO	TIEMPO	PERSONAJES	SONIDO	RECURSOS - MATERIALES
X	Fondo musical	01´	X	Juyay (Los selectos)	YouTube Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
X	Efecto de sonido	01´	X	Cacareo de gallos	
Kamila	Hola compadre, ¿a dónde tan arreglado?	02´	Comadre	Juyay (Los selectos)	
Renato	Hola comadrita, me voy donde el compadre Jacinto, el ahijado dice que ya se ha graduado y voy a la fiestita.	05´	Compadre	Juyay (Los selectos)	

Kamila	Compadre no se vaya a descuidar de la mascarilla.	03´	Comadre	Juyay (Los selectos)	
	Efecto de sonido	01´	X	Cacareo de gallos	
	Fondo musical	01´	X	Escritorio (Roberto Cobos)	
Renato	No comadrita, dijeron que ya no necesitamos la mascarilla, ¿no sabría?	05´	Compadre	Escritorio (Roberto Cobos)	
Kamila	No compadre, recuerde que en espacios cerrados aún hay que utilizar las mascarillas. Compadre la pandemia no ha terminado.	07´	Comadre	Escritorio (Roberto Cobos)	
Renato	¡Ele! eso yo no sabía, muchísimas gracias comadrita, es bueno estar informado. Chao, chao comadre.	06´	Compadre	Escritorio (Roberto Cobos)	
	Efecto de sonido	02´	X	Transición	
Kamila	Este fue un aporte del Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la sociedad de la Universidad Estatal de Bolívar, la carrera de Comunicación y con el apoyo de este medio de comunicación.	10´	X	Voz institucional	
<b>Responsables</b>	Kamila Caiza - Katherine Avilez - Nicole Zurita - Renato Parra – Sebastián Orozco - John Rea				

**Título:** Cúdate y te cuidaremos

**Objetivo:** Concientizar a la población, que se vacune y mantenga las medidas de bioseguridad contra el Covid-19

LOCUTOR	LIBRETO	TIEMPO	PERSONAJES	SONIDO	RECURSOS - MATERIALES
Intro	Audio	5s		Efecto (SILVIDO-PITO)	YouTube Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
Andrés	Damitas y caballeros, pónganse pilas!	2s	Controlador de	Efecto (RUIDO)	
Andrés	El coronavirus sigue siendo un problema	4s	Controlador de	Efecto (RUIDO)	
	Colóquese la mascarilla... lleve el alcohol	3s	Pasajero	Efecto (RUIDO)	
Andrés	¿Recuerda la cuarentena? Cuidado.... que el próximo encierro podría ser tu entierro	5s	Controlador de	Efecto (RUIDO)	

					Tarjeta de audio
Kamila	Esta fue una recomendación de la Organización Mundial de la Salud con la colaboración de este medio radial y los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar	12s	Voz institucional		Micrófono Computador Consola Editor Audífonos Tarjeta de audio
<b>Responsables</b>	Diana Choto, Pamela Caisa, Andrés Paredes (locución).				

**Título: Mayores libertades con responsabilidades.**

**Objetivo:** Impactar a la ciudadanía sobre las próximas medidas ante un retorno a la antigua normalidad y concientizar sobre mantener precauciones

LOCUTOR	LIBRETO	TIEMPO	PERSONA	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Diana Choto	Pronto llegarán nuevas medidas ante el Covid-19	5s	Voz locutora	Efecto: Voz en off Y música ambiental de	Micrófono Computadora Software y hardware de edición

	Mayores libertades, con responsabilidades			fondo para videos de YouTube sin copyright	
Diana Choto	El uso obligatorio de mascarillas está por terminar Pero recuerda seguir con las medidas de bioseguridad en espacios cerrados por tu seguridad y la de tu familia.	5s	voz locutora	Efecto: Voz en off Y música ambiental de YouTube sin copyright	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Diana Choto	la responsabilidad está en tus manos utiliza alcohol Recuerda que con distanciamiento nos queremos más	4s	voz de locutora	Efecto: Voz en off Y música ambiental de YouTube sin copyright	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Kamila Caiza	Esta fue una recomendación de la Organización Mundial de la Salud con la colaboración de este medio radial y los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.	12s	Voz Institucional	Efecto: Voz en off	Micrófono Computadora Software y hardware de edición

**RESPONSABLES:** Diana Choto (Locución), Renatto Paredes (Diseño de Guion y producción).

**Título: Cuídate, Cuidame, Cuidémonos**

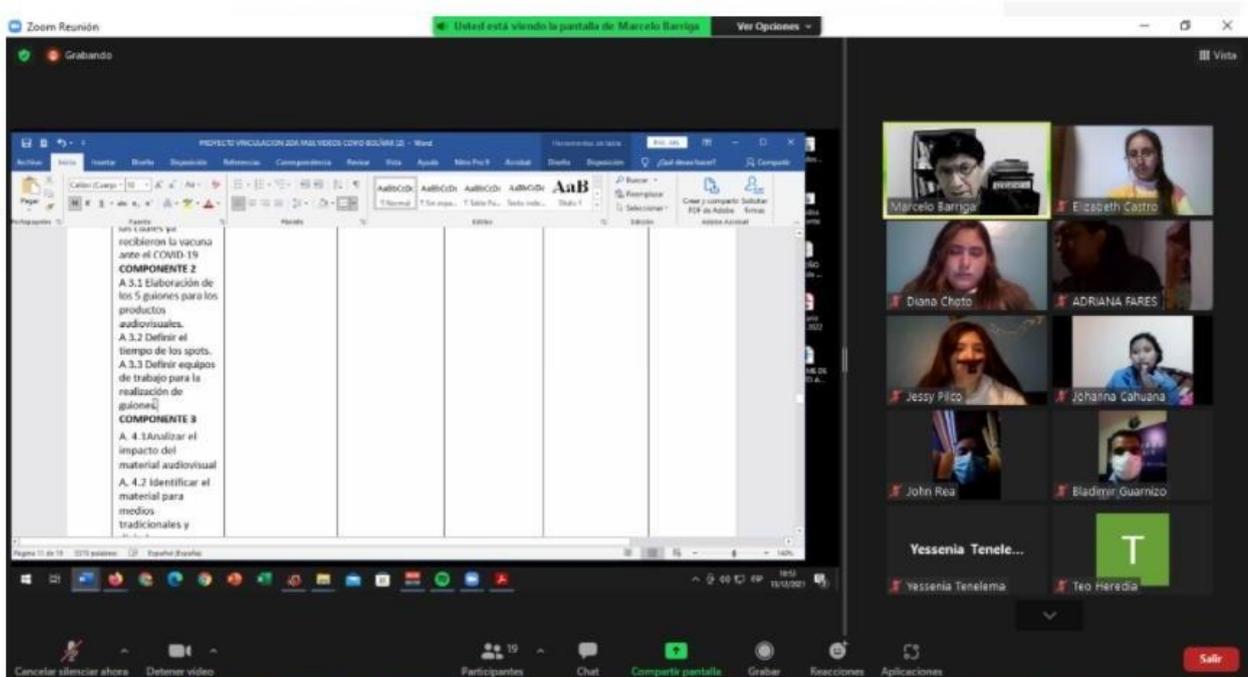
**Objetivo:** Servir de soporte y guía para que la ciudadanía tenga las precauciones adecuadas y prevenir más contagios.

LOCUTOR	LIBRETO	TIEMPO	PERSONAJE	SONIDO	RECURSOS MATERIALES
Katherine Jara	La Universidad Estatal de Bolívar junto al Gobierno autónomo descentralizado del Cantón Guaranda informa a los ciudadanos los cuidados que deben tener para evitar la reinfección por contagio de Covid-19	12s	Siri: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Johana	Es importante mantener las costumbres aprendidas	3s	Alexa: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Katherine Jara	Recuerda mantener una distancia de dos metros	3s	Siri: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición

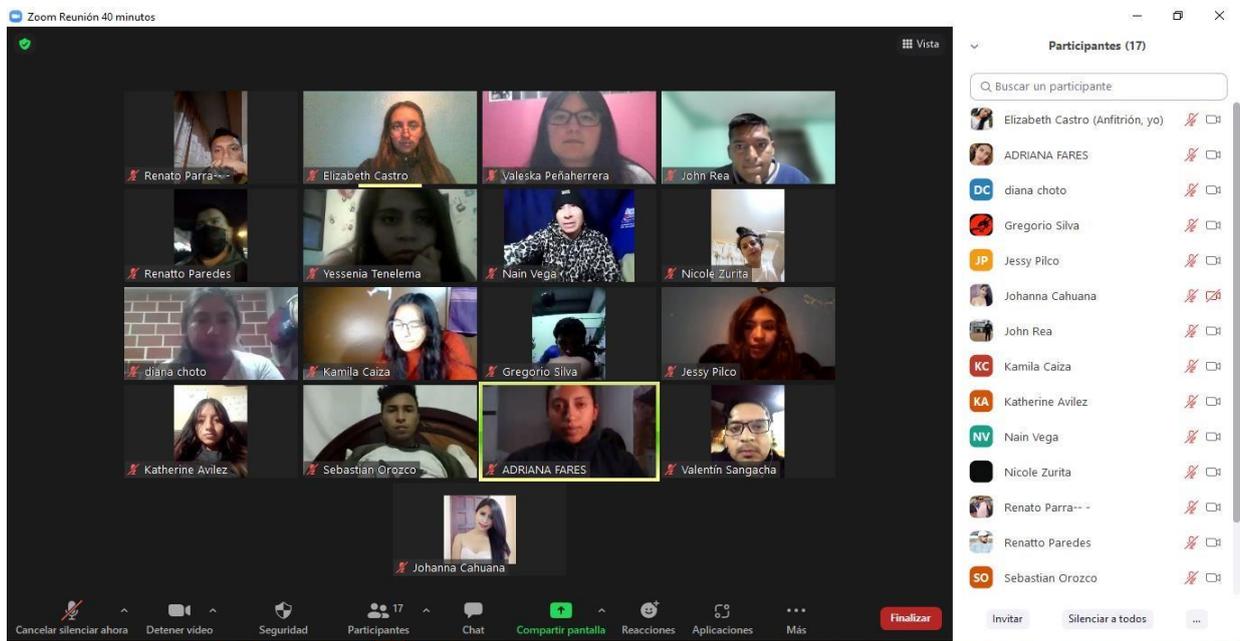
Johana	Nunca tosa o estornude en sus manos, hágalo en pliegue interno del codo	5s	Alexa: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Katherine Jara	Recuerde siempre lavar periódicamente sus manos o colocarse gel antiséptico	6s	Siri: Asistente de voz	Efecto: Voz en off	Micrófono Computadora
				Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Software y hardware de edición
Johana	Siempre utilice la mascarilla, en espacios cerrados o con poca ventilación	5s	Alexa: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Katherine Jara	No utilice mascarillas rasgadas o húmedas	8s	Siri: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Johana	Recuerde que la mascarilla es un medio de protección y no un accesorio, cubra correctamente nariz y boca.	3s	Alexa: Asistente de voz	Efecto: Voz en off  Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición

KatherineJara	Si tiene fiebre, tos seca y se le dificulta respirar, acérquese al centro de salud más cercano	7s	Siri: Asistent ede voz	Efecto: Voz en off Y música institucional,música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Johana	Recuerda el distanciamiento físico no es aislamiento social, estar vacunado no evita el contagio	6s	Siri: Asistent ede voz	Efecto: Voz en off Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
KatherineJara	No bajes la guardia, cuida a tus seres queridos y los de tú prójimo.	5”	Siri: Asistent ede voz	Efecto: Voz en off Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
Kamila	Esta fue una recomendación de la Organización Mundial de la Salud con la colaboración de este medio radial y los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.	10”	Siri: Asistent ede voz	Efecto: Voz en off Y música institucional, música de fondo para videos corporativos y presentaciones.	Micrófono Computadora Software y hardware de edición
<b>RESPONSABLES:</b>	Valeska (sonido y efectos), Katherine Jara, Johana, Kamila (locución) y Valentín (edición)				

**FOTOGRAFÍAS DE ACTIVIDADES VÍA VIRTUAL**



Reunión 13 de diciembre del 2021- Coordinación y planificación de actividades para ejecución de proyecto

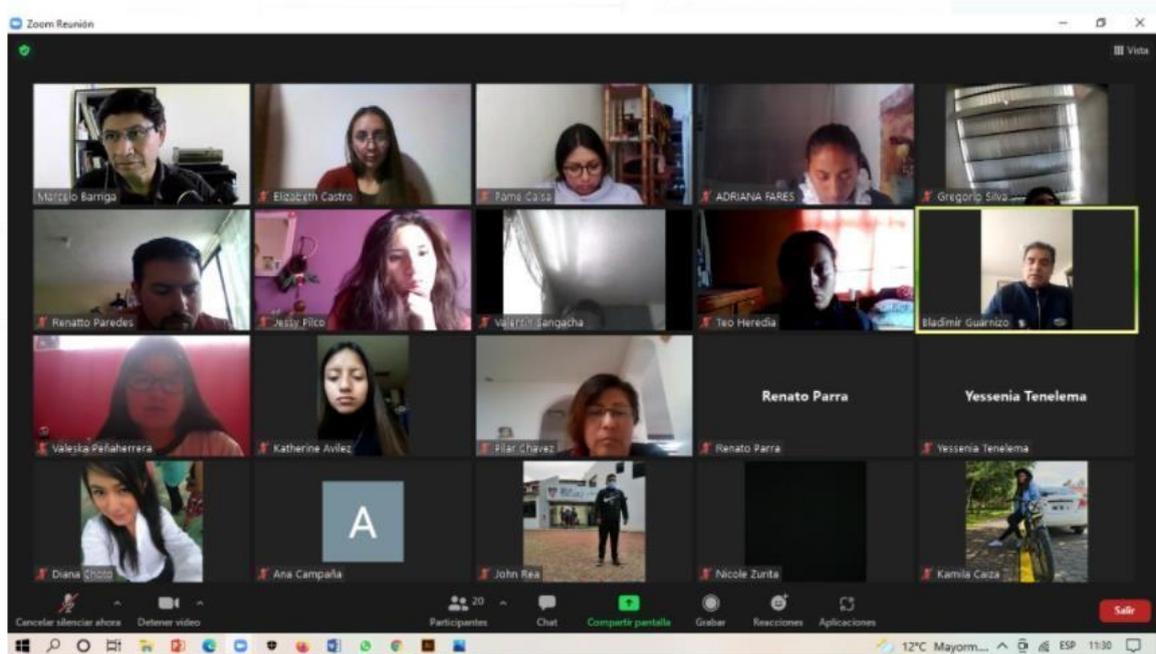


Reunión 20 de diciembre del 2021- Designación de componente 1

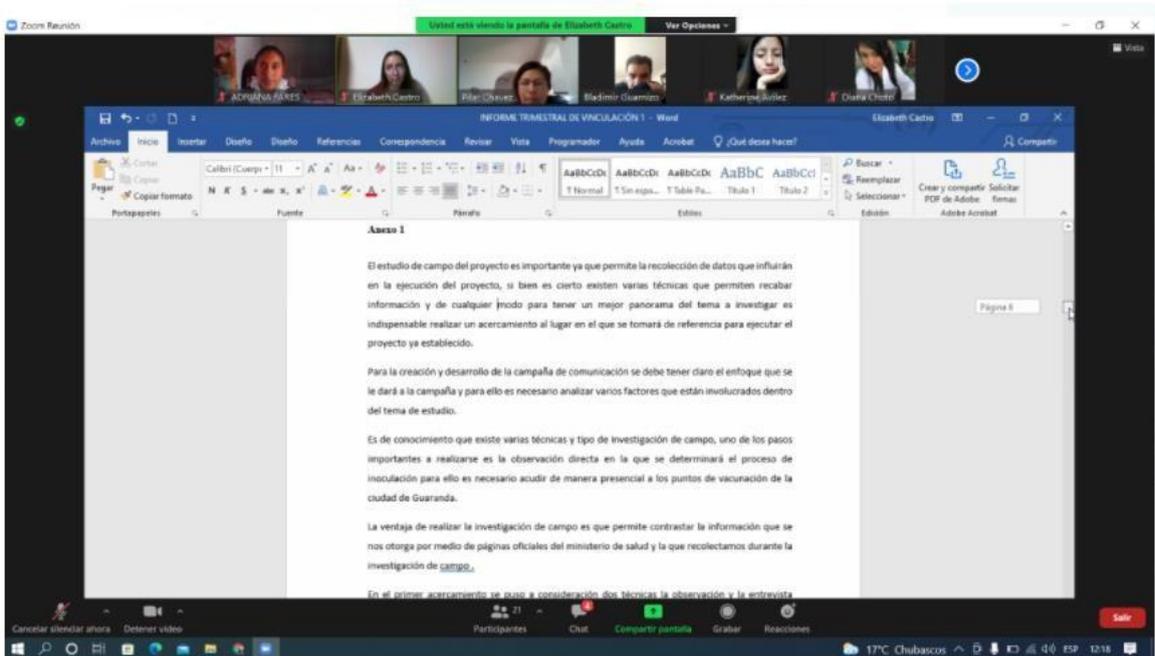


Reunión 22 de diciembre del 2021.

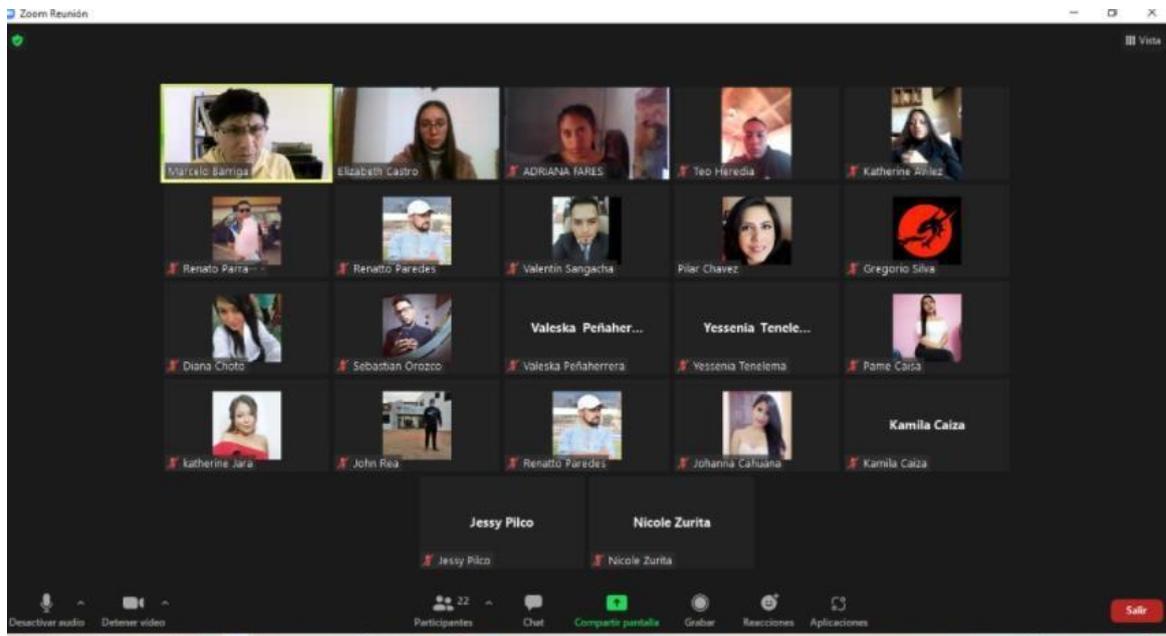
Revisión componente 1



Reunión 05 de enero de 2022, para revisión y corrección del componente 1, con la presencia de los Lic. Pilar Chávez, Marcelo Barriga y Bladimir Guarnizo.



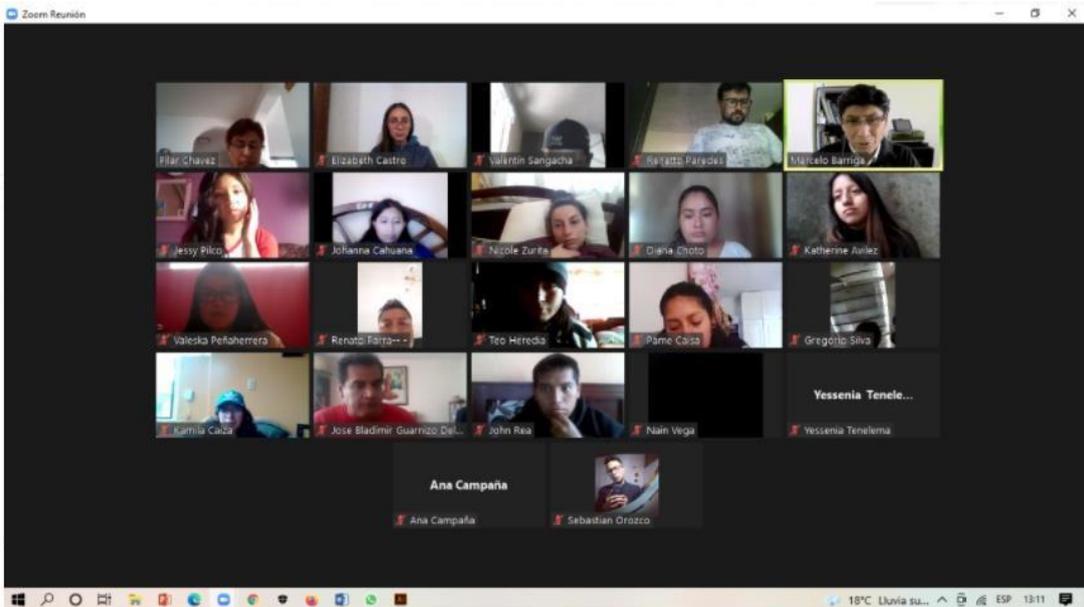
Reunión 05 de enero de 2022, corrección del componente1



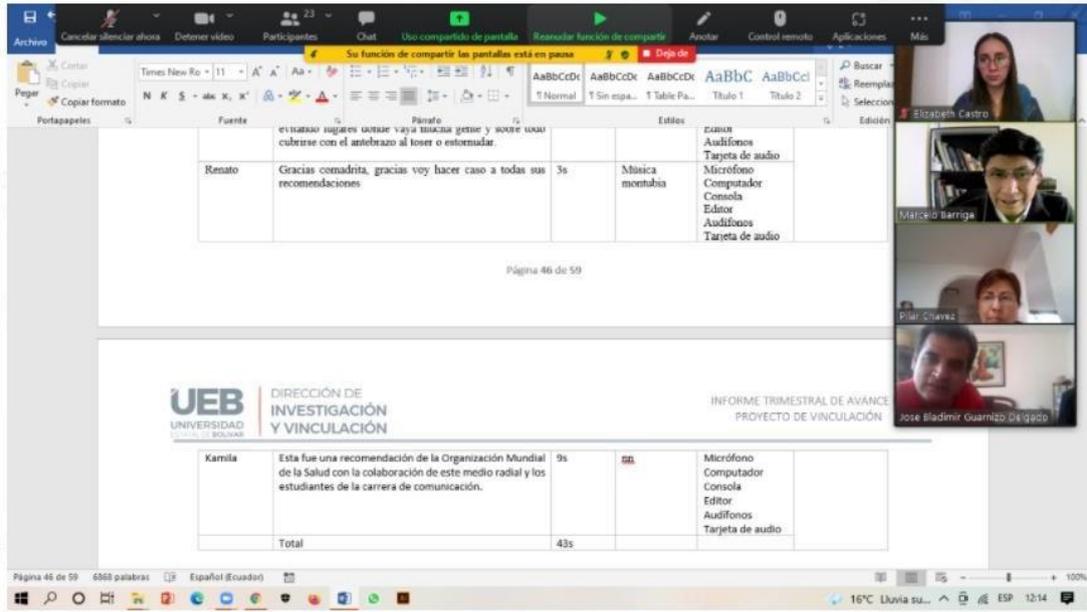
Reunión 12 de enero de 2022, revisión y corrección de guiones.



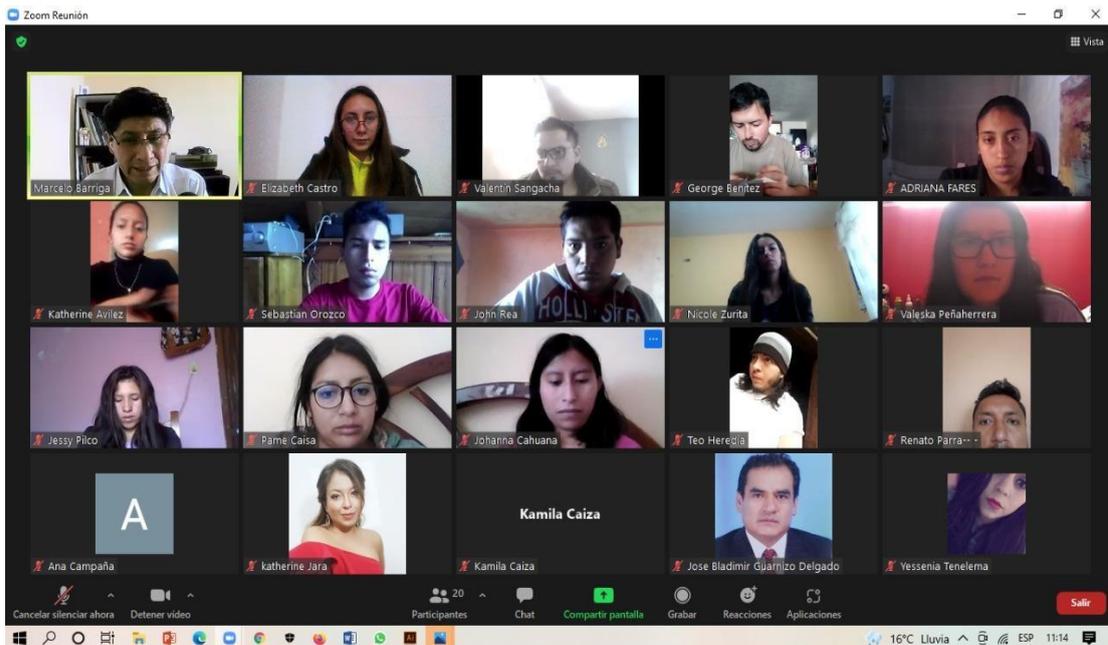
Revisión de estructuras y formatos de redacción.



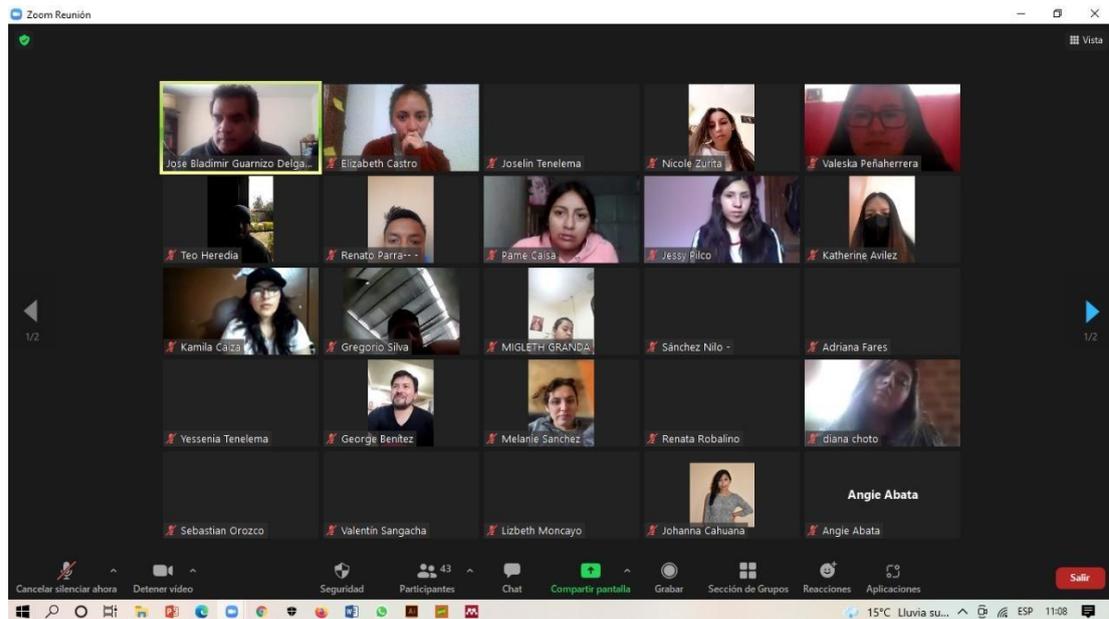
Reunión 19 de enero de 2022, con la presencia de los Lic. Pilar Chávez, Marcelo Barriga y BladimirGuarnizo.



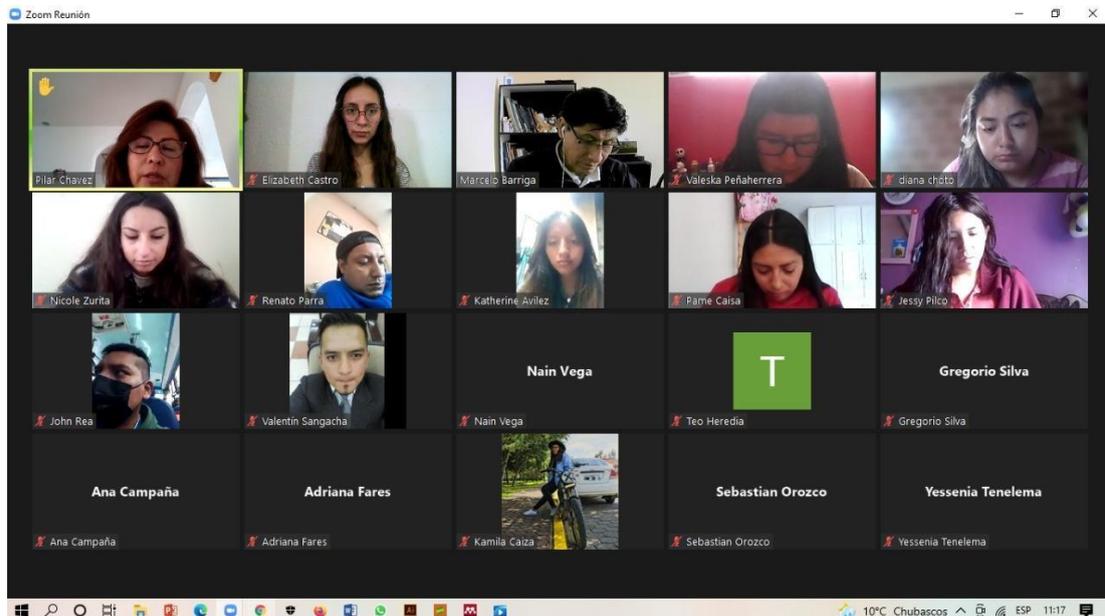
Revisión y corrección del componente 2.



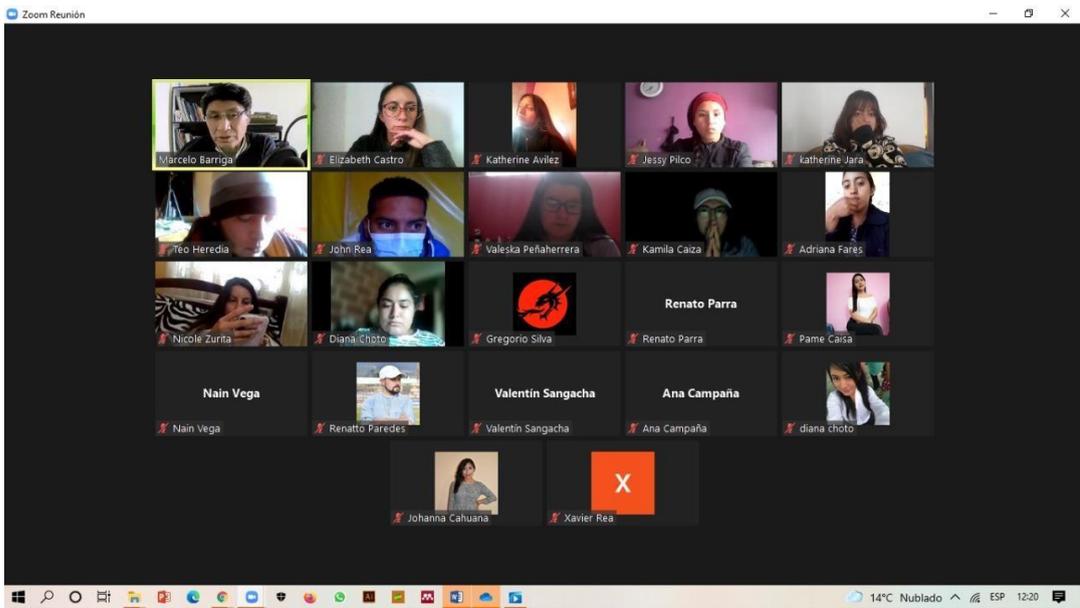
Reunión 26 de enero de 2022, revisión de guiones, con la presencia de los Lic. Marcelo Barriga y Bladimir Guarnizo.



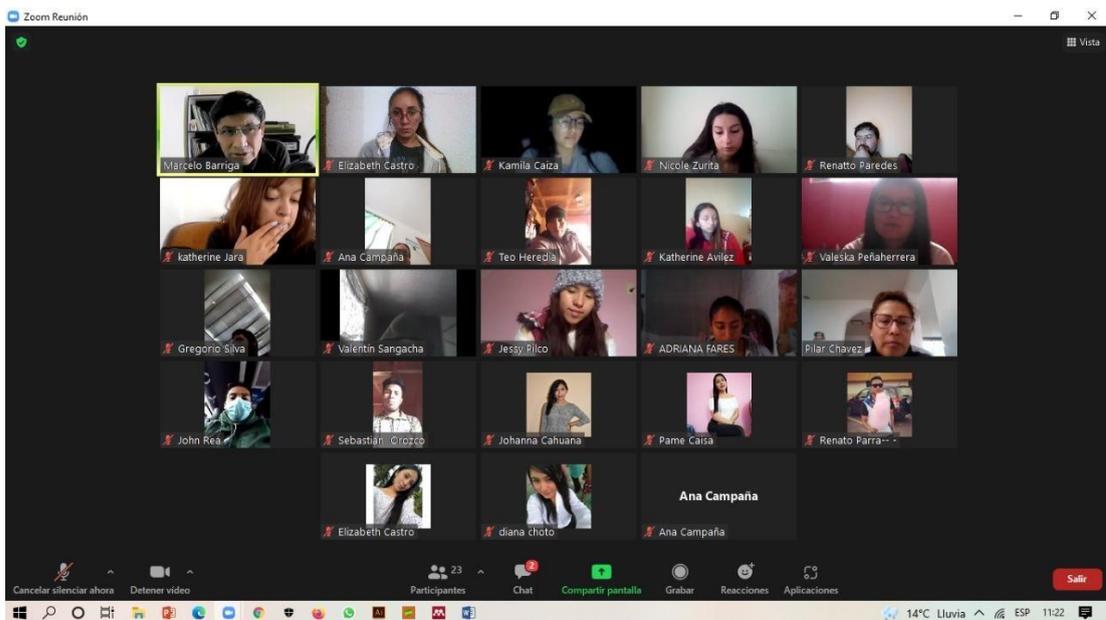
Reunión 02 de febrero de 2022, revisión de avance del trabajo con la presencia del Lic. Bladimir Guarnizo.



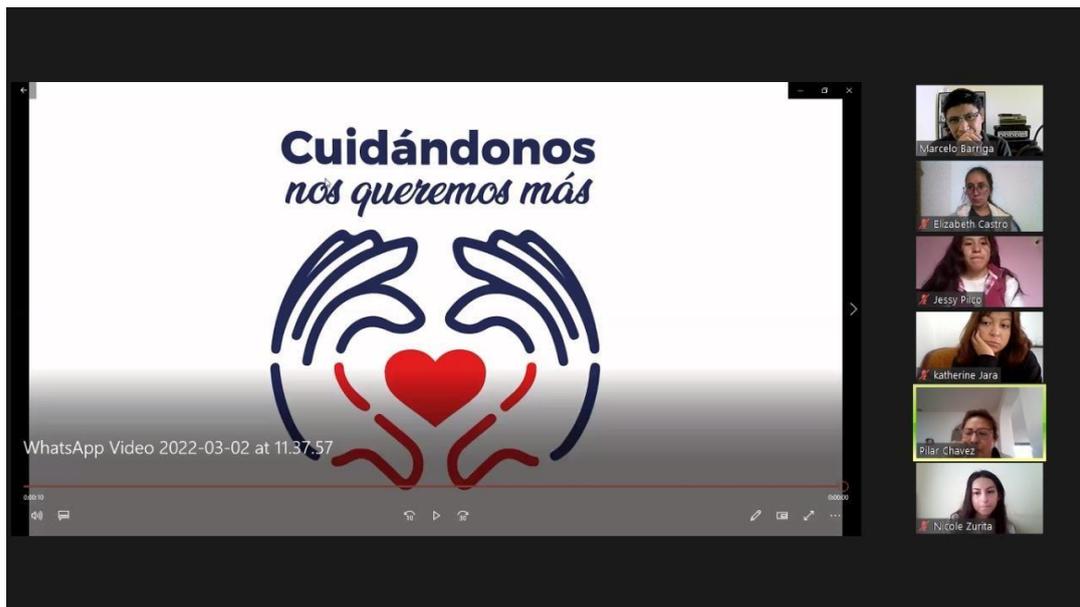
Reunión 09 de febrero de 2022, revisión de productos audiovisuales con la presencia de los Lic. Marcelo Barriga y Pilar Chávez.



Reunión 16 de febrero de 2022, revisión de intros con la presencia del Lic. Marcelo Barriga



Reunión 02 de marzo de 2022, revisión de videos, con la presencia de los Lic. Marcelo Barriga y PilarChávez



Reunión 02 de marzo de 2022, revisión y corrección de la intro.

### **EVIDENCIAS DE LAS GRABACIONES PRODUCTOS AUDIOVISUALES**



Grabación de spots radiales, por parte de Kamila Caiza.



Edición de spots radiales, Kamila Caiza.



Grabación de spots para tv, Johon Rea, Kamila Caiza, Nicole Zurita.



Grabación de spots para tv, Coliseo Municipal, Kamila Caiza.



Grabación de spots para tv, testimonio médico.



Grabación de spots para tv, testimonio médico.



Grabación de spots para Tv, Kamila Caiza, Nicole Zurita



Johanna Cahuana realizó tomas en sala Covid- IESS de la ciudad de Guaranda



Grabaciones en el parque central de la ciudad de Guaranda, Katherine Jara, Valentin Sangacha.



Grabaciones en espacios de entretenimiento de la ciudad, Andrés Paredes, Valentín Sangacha.



Grabaciones en el cementerio de la ciudad de Guaranda con la colaboración de la señorita Margarita Balseca protagonista del video.



Toma en primer plano de Valeska Peñaherrera del producto comunicacional 2



Valentín Sangacha realizó tomas en los exteriores del teatro Nilo de la ciudad de Guaranda



Grabaciones en farmacias Farmared de la ciudad de Guaranda, Valentín Sangacha, Katherine Jara.



Katherine Jara realiza tomas detalle del cuido ante el Covid-19



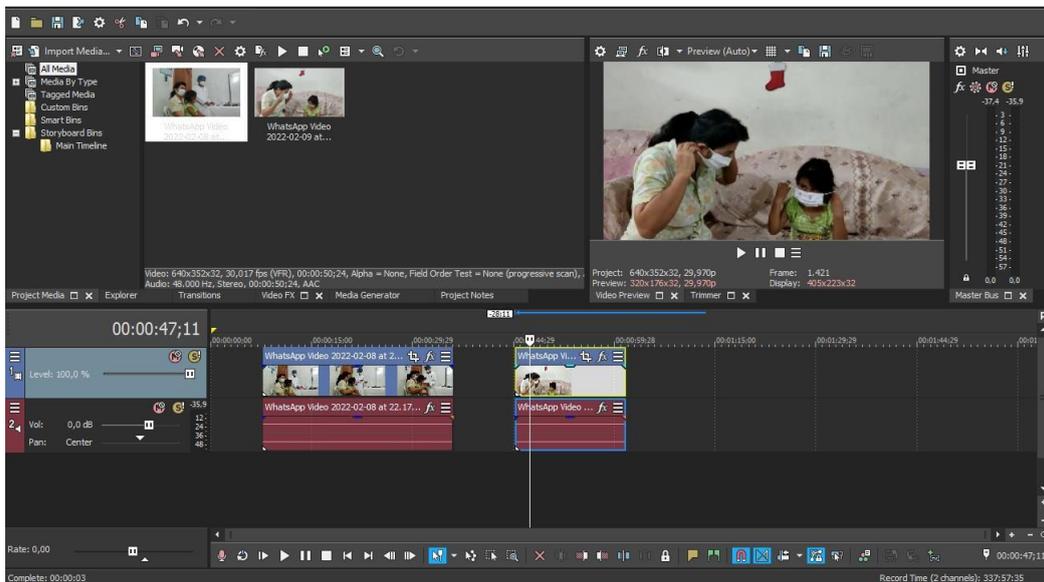
Grabaciones en el subcentro San Pablo, Elizabeth Castro, Adriana Fares, Jessica Pilco.



Grabación de tomas, Elizabeth Castro, Jessica Pilco.



Grabación con el personal del MSP.



Edición de los productos comunicacionales, por parte de Teo Heredia



Edición de los productos comunicacionales, por parte de Teo Heredia



Tomas realizadas en el Hospital General de la ciudad de San Miguel de Bolívar, por parte de Teo Heredia



Tomas realizadas por Ana Campaña.



Tomas realizadas para la elaboración del producto Comunicacional , Ana Campaña.



Grabación de spot radial para la campaña "Cuidándonos nos queremos más" Andrés Paredes.



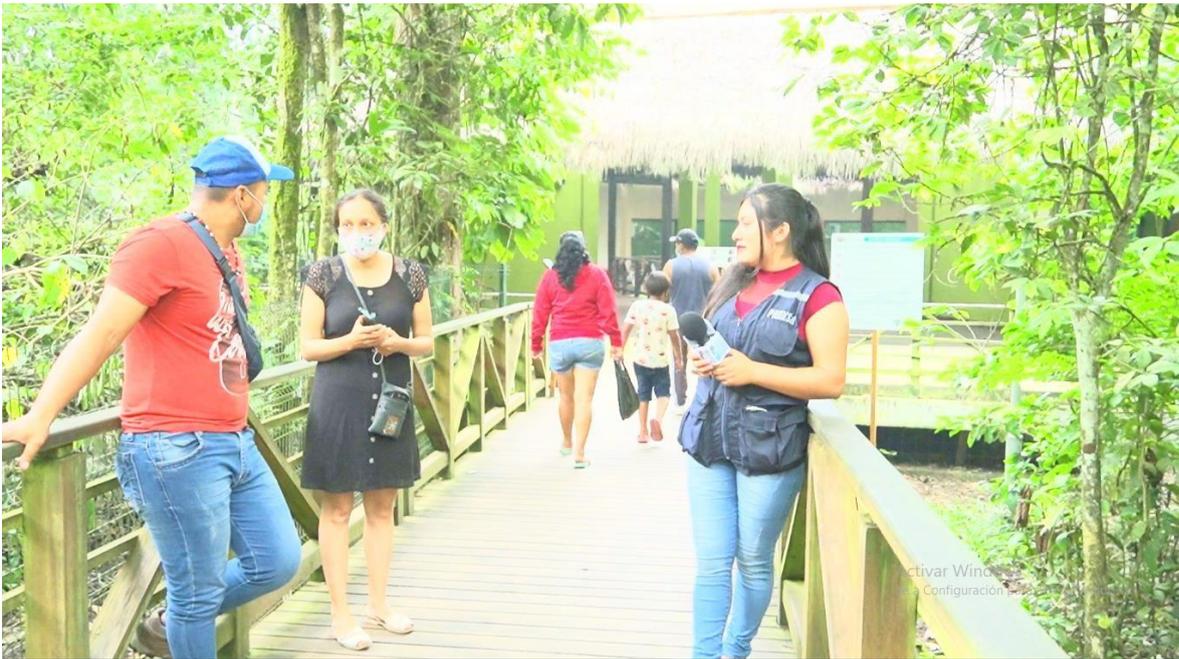
Grabación de escenas en externas



Grabación de escenas de medidas de bioseguridad Diana Choto



Grabación de opiniones acerca la nueva normalidad Diana Choto



Grabación de escenas en externas

### Anexo 11 y 12

### EVIDENCIAS DE TRABAJO CON LA CONTRAPARTE DEL PROYECTO



Miércoles 23 de febrero. Firma de oficio por parte del Lic. Ángel García Gerente del Canal de TV municipal de Guaranda.



Jueves 3 de marzo, revisión de los videos por parte del Lic. Ángel García Gerente del Canal de TV Municipal del cantón Guaranda junto a Adriana Fares



Jueves 3 de marzo, revisión de los videos por parte del Lic. Ángel García Gerente del Canal de TV municipal de Guaranda.



Jueves 3 de marzo, presentación de los productos audiovisuales, Lic. Ángel García, Elizabeth Castro Teo Heredia.



Jueves 3 de marzo, Teo Heredia, Elizabeth Castro, Lic. Ángel García, Adriana Fares.



Viernes 4 de marzo de 2022. Presentación de Insumos gerente del Canal de TV municipal de Guaranda Ángel García Gerente, Renato Parra, Katherine Avilez, Nicole Zurita, Kamila Caiza



Viernes 4 de marzo de 2022. Presentación de productos audiovisuales al gerente del Canal de TV municipal de Guaranda Ángel García Gerente, Katherine Avilez, Nicole Zurita, Kamila Caiza



Revisión de productos comunicacionales por Ángel García Gerente del canal, Andrés Paredes, Yessenia Tenelema, Pamela Caiza.



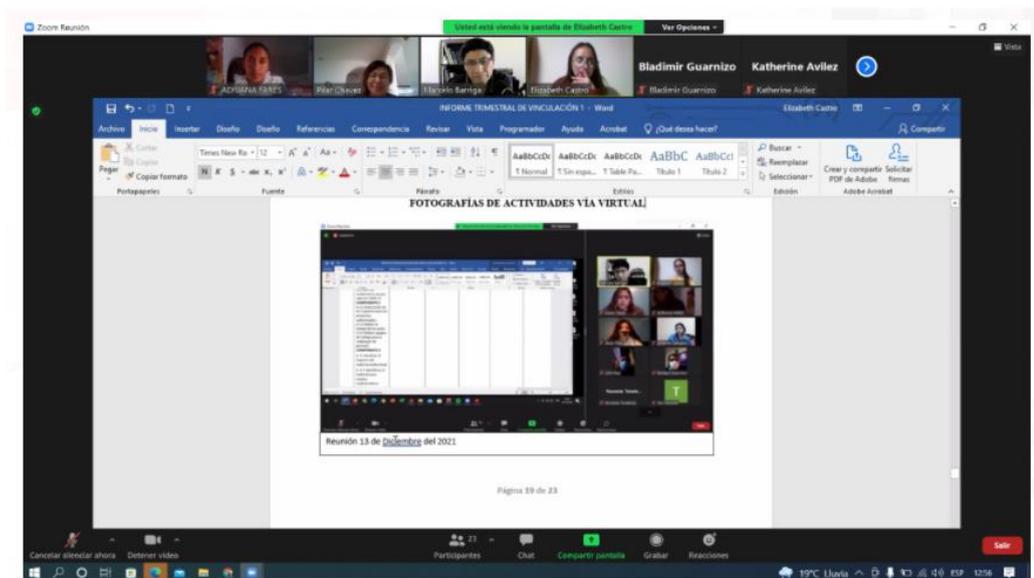
Presentación de productos comunicacionales al Lic. Ángel García Gerente del canal, Valentín Sangacha, Katherine Jara, Johana Cahuana, Valeska Peñaherrera.



Lunes 14 de marzo Revisión de documentación, Mgs. Marcelo Barriga, Elizabeth Castro, Jessica Pilco.

## Anexos Segundo Informe trimestral

### Anexo 1



Revisión de los productos audiovisuales por parte del docente encargado del proyecto.

**Anexo 2**

Selección de productos que recibirán los diferentes medios de comunicación.

**Anexo 3**

Desde que se inició a estructurar la campaña se planteó distintas estrategias de difusión para que la campaña sea exitosa y su visualización alcance a todo el público en general, pero a medida que el proyecto avanzaba se presentaban diferentes imprevistos, obligándonos a ser más realista y enfocarnos a nivel de provincia, es ahí donde se empezó a buscar los diferentes medios de comunicación tanto tradicionales como digitales más importantes de la provincia de Bolívar y se procedió a realizar un sondeo para saber que medio estaría presto a colaborar y sumarse al proyecto.

Estando en el punto cumbre del proyecto, es decir en el momento de difundir y hacer llegar nuestro mensaje a la ciudadanía se logró determinar veintidós medios de comunicación, cinco de los cuales son medios de comunicación de distintas provincias como Napo, Tungurahua y los Ríos.

En la provincia de Bolívar se ha alcanzado un mayor impacto en medios tradicionales alrededor de 11 medios de comunicación radiales han difundido los spots en diferentes horarios. Radio Rs 97.5 Fm ha tenido un mejor impacto en la difusión con la presentación de 2 spots cada hora presentando 24 pasadas al día y Radio Crisólito 6 veces todos los días.

Radio La Paz realiza la pasada de los spots a las 07h00, 11h00 y 18h00 el apoyo de Radio Universidad de Bolívar ha sido muy importante en los siguientes horarios 08h00, 10h00, 12h00, 14h00, 17h00, 20h00, Todos los días en los espacios publicitarios.

Radio Matiaví dos veces por día, a las 12h00 y a las 18h00 en espacios publicitarios, Radio Raíces una pasada por día a las 06h00 y finalmente radio Matiaví de 12h00 a 12:45, de 15h00 a 15h45 y de 19h00 a 19h45.

En medios de comunicación de televisión digital en distintos horarios también se alcanzó una acogida favorable, Teleplus alcanzó una interacción de 350 reacciones, 50 Likes y 10 comentarios, Cabina 7 transmitió los videos todos los días por un mes en el noticiero de las 20h00 y JQ noticias y de Gol a Gol los fines de semana en partidos de encuentros deportivos de liga pro y el torneo de la liga argentina.

En conclusión, el proyecto tuvo un alcance muy alto no solo a nivel de la provincia de Bolívar sino también fuera y se ha cubierto alrededor de cuatro provincias del territorio ecuatoriano en distintos horarios, programaciones, espacios, publicidades, publicaciones y eventos deportivos de los fines de semana, podemos decir satisfactoriamente que se ha cumplido con los objetivos planteados desde el principio de este proyecto.

Y en cuestión de cifras, el alcance global de la campaña “Cuidándonos nos queremos más” a nivel de redes sociales y medios digitales fue de 2.788 personas alcanzadas, con una interacción de 878 reacciones, 50 Likes, 26 comentarios y un total de reproducciones 7.753. Todos estos números se calcularon a través de las estadísticas e información que nos aporta el balance de interacción las propias páginas, redes sociales y medios de comunicación digital, en un periodo de tiempo de dos días de monitoreo y con respecto de los medios de comunicación tradicional como televisión y radio las cifras aumentan y los seguirán haciéndolo.

**Anexo 4**



Entrevista sobre el proyecto de vinculación en radio Universidad, con el Lic. Patricio Chiriboga, Elizabeth Casto y Jessica Pilco. Martes 15 de marzo.

**Anexo 5**



Acercamiento a secretaria de vinculación para entrega de oficios por parte del Mgs. Marcelo Barriga, Elizabeth Castro y Jessica Pilco. Viernes 18 de marzo.



Entrega y recepción de materiales de oficina, Mgs. Marcelo Barriga, Elizabeth Castro y Jessica Pilco. Viernes 18 de marzo.

### ENTREGA DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES



Entrega oficial de videos a la contraparte del proyecto, Lic. Ángel García, Elizabeth Castro y Kamila Caiza. Miércoles 23 de marzo.



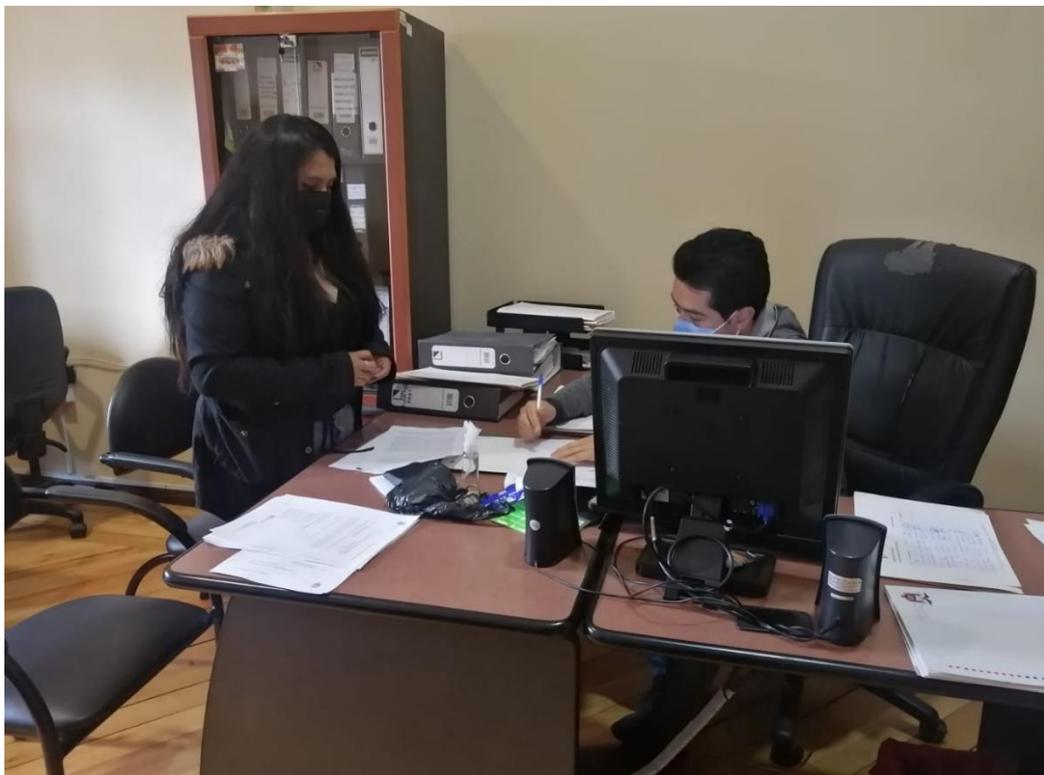
Entrega oficial de videos, Lic. Patricio Chiriboga Galarza “Radio UEB”, Elizabeth Castro.  
Miércoles 23 de marzo.



Revisión de los spots, Lic. Patricio Chiriboga Galarza “Radio UEB”, Jessica Pilco.



Entrega de oficio al Ing. Jorge Hernán Álvarez confeccionario de Radio Oxígeno- Riobamba.  
Viernes 25 de marzo.



Entrega de los spots, Ing. Jorge Álvarez "Radio Oxígeno" Riobamba, Yessenia Tenelema.  
Viernes 25 de marzo

Guaranda marzo 21, 2022.  
Oficio No VIV-UEB-026

Ingeniero  
Jorge Hernán Álvarez  
**CONFECCIONARIO RADIO OXIGENO 102-1**  
Riobamba.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo de quienes hacemos el Vicerrectorado de Investigación y Vinculación de la Universidad Estatal de Bolívar, deseando el mayor de los éxitos en sus actividades al frente de tan prestigiosa Radio.

Pongo en su conocimiento que un grupo de estudiantes de la Carrera de Comunicación de nuestra Entidad planteó un Proyecto de Vinculación denominado "**ESTRATEGIAS DIGITALES DE EDUCOMUNICACIÓN COMO MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE EL COVID-19 EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**", dentro del cual se ha generado algunos productos comunicacionales, los cuales deseamos difundirlos en la sociedad bolivarense.

Por este motivo acudo ante usted para solicitarle de una manera muy comedida se promocióne estos spots, con lo cual se contribuirá para que la población que escucha vuestro prestigioso medio de comunicación multiplique estas estrategias. De esta manera seguiremos protegiéndonos de este mortal virus que tanto daño ha causado a la humanidad.

En espera de su gentil aceptación a mi pedido, reitero mis sentimientos de consideración y estima.

Cordialmente



TEL: 0593 3220 6059  
CARLOS NAPOLEON  
RIBADENEIRA  
ZAPATA

Dr. Carlos Napoleón Ribadeneira Zapata  
**VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN**

RECIBIDO  
24/3/2022  
15:33

ELABORADO POR: BOLIVIA ROMERO M.Sc.



Entrega oficial de videos, Lic. Sebastián Jarrin “Cabina 7” y Pamela Caisa. Viernes 25 de marzo.



Entrega oficial de videos, Lic. Sebastián Jarrin “Cabina 7” y Pamela Caisa. Viernes 25 de marzo.

Guaranda marzo 21, 2022.  
Oficio No VIV-UEB-021

Licenciado  
Sebastián Jarrín  
**RADIO CABINA 7**  
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo de quienes hacemos el Vicerrectorado de Investigación y Vinculación de la Universidad Estatal de Bolívar, deseando el mayor de los éxitos en sus actividades al frente de tan prestigiosa Radio.

Pongo en su conocimiento que un grupo de estudiantes de la Carrera de Comunicación de nuestra Entidad planteó un Proyecto de Vinculación denominado **"ESTRATEGIAS DIGITALES DE EDUCOMUNICACIÓN COMO MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE EL COVID-19 EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**, dentro del cual se ha generado algunos productos comunicacionales, los cuales deseamos difundirlos en la sociedad bolivarense.

Por este motivo acudo ante usted para solicitarle de una manera muy comedida se promocióne estos spots, con lo cual se contribuirá para que la población que escucha vuestro prestigioso medio de comunicación multiplique estas estrategias. De esta manera seguiremos protegiéndonos de este mortal virus que tanto daño ha causado a la humanidad.

En espera de su gentil aceptación a mi pedido, reitero mis sentimientos de consideración y estima.

Cordialmente



Firmado electrónicamente por  
**CARLOS NAPOLEON  
RIBADENEIRA  
ZAPATA**

Dr. Carlos Napoleón Ribadeneira Zapata  
**VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN**

*Recibido*

*25/03/2022*

ELABORADO POR: BOLIVIA ROMERO MSC.



Miércoles 23 de marzo, entrega oficial de spots a la radio La Paz 1300 Am, Doc. Vicente Ninabanda, Adriana Fares.

**UEB** UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN**

Guaranda marzo 21, 2022.  
Oficio No VIV-UEB-023

Ingeniera  
Marlene Amangandi  
**DIRECTORA RADIO LA PAZ**  
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y afectuoso saludo de quienes hacemos el Vicerrectorado de Investigación y Vinculación de la Universidad Estatal de Bolívar, deseando el mayor de los éxitos en sus actividades al frente de tan prestigiosa Radio.

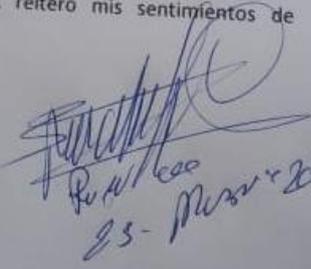
Pongo en su conocimiento que un grupo de estudiantes de la Carrera de Comunicación de nuestra Entidad planteó un Proyecto de Vinculación denominado "ESTRATEGIAS DIGITALES DE EDUCOMUNICACIÓN COMO MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE EL COVID-19 EN LA PROVINCIA DE BOLÍVAR, dentro del cual se ha generado algunos productos comunicacionales, los cuales deseamos difundirlos en la sociedad bolivarense.

Por este motivo acudo ante usted para solicitarle de una manera muy comedida se promocióne estos spots, con lo cual se contribuirá para que la población que escucha vuestro prestigioso medio de comunicación multiplique estas estrategias. De esta manera seguiremos protegiéndonos de este mortal virus que tanto daño ha causado a la humanidad.

En espera de su gentil aceptación a mi pedido, reitero mis sentimientos de consideración y estima.

Cordialmente,

 Escanea y vincúlase con  
**CARLOS NAPOLEÓN RIBADENEIRA ZAPATA**

  
Bolivia Romero  
25- Marzo 2022

Dr. Carlos Napoleón Ribadeneira Zapata  
**VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN**

ELABORADO POR: BOLIVIA ROMERO MSC.

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira  
Guaranda-Ecuador  
Teléfono: (593) 3220 6059  
[www.ueb.edu.ec](http://www.ueb.edu.ec)

Oficio recibido por el Doc. Vicente Ninabanda, radio La Paz.

**Anexo del lanzamiento de campaña**



Presencia en el evento del Lic. Ángel García, gerente del Canal Municipal Guaranda.



Presencia en el evento del Ing. Régulo Verdezoto, gobernador de la provincia de Bolívar.



Dr. Arturo Rojas, rector de la UEB; Ing. Régulo Verdezoto, gobernador de la provincia Bolívar; Dr. Carlos Ribadeneira, vicerrector de Investigación y Vinculación; al Mgs. Kléber Romero, delegado del coordinador de la carrera de Comunicación



Dr. Arturo Rojas, rector de la UEB; Ing. Régulo Verdezoto, gobernador de la provincia Bolívar; Dr. Carlos Ribadeneira, vicerrector de Investigación y Vinculación; al Mgs. Kléber Romero, delegado del coordinador de la carrera de Comunicación y el Mgs. Marcelo Barriga, coordinador de Vinculación de la carrera de Comunicación.



Intervención del Ing. Régulo Verdezoto, gobernador de la provincia de Bolívar



Intervención del Dr. Arturo Roja, rector de la Universidad Estatal de Bolívar



Intervención del Dr. Henry Vallejo, decano de la facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e informática.



Intervención del Mgs. Bladimir Guarnizo, coordinador subrogante del proyecto de Vinculación



Intervención del Mgs. Marcelo Barriga, coordinador de Vinculación de la carrera de Comunicación



Intervención de Elizabeth Castro, presidenta de 9no y representante del proyecto de Vinculación



Intervención del Mgs. Kléber Romero, clausura del evento



Adriana Fares, en los controles para la transmisión del evento



Transmisión del evento vía streaming en la página oficial de la Carrera de Comunicación



Entrevista al Mgs. Marcelo Barriga, coordinador de Investigación y Vinculación de la Carrera de Comunicación



Mgs. Bladimir Guarnizo, coordinador subrogante del proyecto de Vinculación; Ing. Marcelo Vilcacungo, director de Vinculación; Mgs. Marcelo Barriga, coordinador de Vinculación de la carrera de Comunicación; Mgs. Kléber Romero, delegado del coordinador de la carrera de Comunicación; Dr. Arturo Rojas, rector de la UEB; Dr. Carlos Ribadeneira, vicerrector de Investigación y Vinculación.

### Observaciones

**Firma de Coordinador Principal**

Fecha de entrega: 06/04/2022