

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay**

ISSN en línea: 2789-3855, 2026

**Storytelling audiovisual: estrategia de difusión
digital para artistas y gestores culturales en
Chimborazo**

Audiovisual storytelling: a digital promotion strategy for artists and
cultural managers in Chimborazo

Heidy Elizabeth Vergara Zurita

heidy.vergara@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6573-2339>
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
(ESPOCH). Programa de Doctorado en Arte:
Producción e Investigación; Universitat
Politècnica de València
Riobamba – Ecuador

Silvia Mariana Haro Rivera

s_haro@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6030-1022>
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
(ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Ana Lucía Rivera Abarca

arivera@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2594-2486>
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
(ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Paulina Alexandra Paula Alarcón

papaula@epoch.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-8090-7719>
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
(ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Eliecer Sebastian Quille Cuvi

sebastian_quille@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-2965-5988>
Investigador Independiente
Riobamba – Ecuador

AGRADECIMIENTOS

A los señores Jorge Sánchez y Ballet
Folclórico Renovación quienes participaron
en el proyecto de vinculación: "Programa de
intervención para fortalecer la difusión de los
artistas y gestores que integran la CCE
Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo y el
RUAC" y al Sr. Sebastián Quille

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.6066>


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos


LATAM

Revista Latinoamericana de
Ciencias Sociales y Humanidades

Artículo recibido: 05 de febrero de 2026.
Aceptado para publicación: 22 de junio de 2026.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

VOLUMEN VII

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.6066>

***Storytelling* audiovisual: estrategia de difusión digital para artistas y gestores culturales en Chimborazo**

Audiovisual storytelling: a digital promotion strategy for artists and cultural managers in Chimborazo

Heidy Elizabeth Vergara Zurita

heidy.vergara@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6573-2339>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH). Programa de Doctorado en Arte: Producción e Investigación; Universitat Politècnica de València
Riobamba – Ecuador

Silvia Mariana Haro Rivera

s_haro@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6030-1022>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Ana Lucía Rivera Abarca

arivera@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2594-2486>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Paulina Alexandra Paula Alarcón

papaula@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-8090-7719>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)
Riobamba – Ecuador

Eliecer Sebastian Quille Cuvi

sebastian_quille@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-2965-5988>

Investigador Independiente

Riobamba – Ecuador

Artículo recibido: 05 de febrero de 2026. Aceptado para publicación: 22 de junio de 2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

Los artistas y gestores culturales vinculados a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, Núcleo de Chimborazo no cuentan con productos audiovisuales que cumplan con los parámetros técnicos, estéticos y narrativos que les permitan difundir su pertinencia cultural en el sector y por plataformas digitales, es por ello; que el presente estudio tiene como objetivo analizar el desarrollo de una campaña audiovisual basado en el storytelling para la representación y visibilización, mediante la construcción y validación de productos audiovisuales orientados a la difusión de medios digitales. El enfoque de investigación es mixto de tipo descriptivo y aplicativo, mediante las técnicas de revisión documental, entrevistas semiestructuradas, fichas técnicas y encuestas aplicados a expertos en área de diseño gráfico. Se desarrollan los productos del artista Jorge Sánchez y del Ballet Folklórico Renovación mediante las fases de la producción audiovisual. En la validación de los productos se lo realiza a expertos en diseño gráfico y para el procesamiento de los datos se emplea el Software SPSS mediante el análisis de los estadísticos descriptivos para la verificación de la correspondencia de que


los productos audiovisuales cumplen con los parámetros técnicos, estéticos y narrativos, evidenciando que el audiovisual de Jorge Sánchez alcanzó una puntuación media de 4,58 sobre 5, mientras que Ballet Folklórico Renovación obtuvo una media de 4,71 sobre 5, indicadores que revelan un nivel de validación alto. Se concluye que la producción audiovisual basada en el storytelling permite obtener productos con criterios técnicos, estéticos y narrativos de calidad.

Palabras clave: producción audiovisual, storytelling, medios digitales, artistas, gestores culturales

Abstract

The artists and cultural managers affiliated with the Benjamín Carrión Ecuadorian House of Culture, Chimborazo Branch, do not have audiovisual products that meet the technical, aesthetic, and narrative standards necessary to promote their cultural relevance within the sector and through digital platforms; which is why this study aims to analyze the development of an audiovisual campaign based on storytelling for representation and visibility, through the creation and validation of audiovisual products geared toward digital media dissemination. The research approach is mixed, combining descriptive and applied methods, using techniques such as literature review, semi-structured interviews, technical data sheets, and surveys administered to experts in the field of graphic design. The works of artist Jorge Sánchez and the Ballet Folklórico Renovación are developed through the phases of audiovisual production. Product validation is carried out by experts in graphic design, and SPSS software is used for data processing through descriptive statistical analysis to verify that the audiovisual products meet technical, aesthetic, and narrative parameters. The results show that Jorge Sánchez's audiovisual work achieved an average score of 4.58 out of 5, while Ballet Folklórico Renovación obtained an average of 4.71 out of 5, indicators that reveal a high level of validation. It is concluded that audiovisual production based on storytelling yields products that meet high technical, aesthetic, and narrative standards.

Keywords: audiovisual production, storytelling, digital media, artists, cultural managers

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Vergara Zurita, H. E., Haro Rivera, S. M., Rivera Abarca, A. L., Paula Alarcón, P. A., & Quille Cuvi, E. S. (2026). Storytelling audiovisual: estrategia de difusión digital para artistas y gestores culturales en Chimborazo. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 7 (3), 1810 – 1827. <https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.6066>

INTRODUCCIÓN

La transformación digital que atraviesa la sociedad en la actualidad se ha constituido como herramienta estratégica la producción audiovisual para la industria no solo del entretenimiento sino como un medio de difusión masivo, en donde se gestiona, promociona y permite la visualización del patrimonio cultural. Los artistas y gestores culturales enfrentan el desafío de comunicar su pertinencia cultural, simbólica e identitaria que cumplan con narrativas potentes y en los entornos digitales las audiencias exigen contenidos con parámetros técnicos y estéticos, es ahí; en donde el storytelling emerge como una estrategia audiovisual de comunicación eficaz que permite la difusión de la identidad cultural.

La ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo es conocida por su herencia cultural enraizada en expresiones culturales y tradiciones artísticas. En este escenario la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, Núcleo de Chimborazo, se consolida como el organismo encargado de la promoción y preservación de las manifestaciones culturales locales, a pesar de sus esfuerzos la proyección de los artistas y gestores culturales es limitada, evidenciando la carencia de productos audiovisuales que cumplan con los parámetros técnicos, estéticos y narrativos que se puedan difundir por plataformas digitales (Casa de la Cultura de Chimborazo, n.d.).

La producción audiovisual es un conjunto de actividades técnicas y creativas alineadas a transformar una idea inicial en un producto visual y sonoro terminado. Comprende tres fases: preproducción, producción y posproducción. La preproducción responde a la planificación del proyecto; la producción se relaciona con la captura de imágenes y sonidos; y la posproducción integra el montaje, edición, sonido, color y renderización del contenido audiovisual final (Reid & Sanders, 2021). A su vez, supone un arduo trabajo e inversión, y puede detectarse una dificultad a la hora de crear productos audiovisuales que aporten a la cultura local, lo cual se debe a varios factores, siendo el principal el económico, limitando la contratación o adquisición de equipos técnicos y profesionales especializados (Toro Bravo et al., 2024).

Esta realidad se hace presente en los artistas y gestores culturales vinculados a la Casa de la Cultura de Chimborazo, que en su gran mayoría perciben ingresos inferiores al salario básico, viéndose obligados a desarrollar otras actividades complementarias, siendo el área musical el espacio de mayor participación artística y las mujeres quienes predominan en la gestión cultural (Haro Rivera et al., 2026).

Estos datos configuran un escenario de vulnerabilidad estructural que limita el acceso a herramientas profesionales de comunicación audiovisual y, con ello; la visibilización de su trabajo en plataformas digitales, siendo que la difusión digital es una herramienta para ampliar las oportunidades para este sector y mejorar sus condiciones.

En investigaciones recientes destacan que en el Ecuador la producción audiovisual es una estrategia clave para la difusión cultural y reactivación comunitaria. Productos audiovisuales orientados a la interculturalidad han demostrado que es posible generar espacios que promuevan la identidad, la gastronomía, costumbres y tradiciones, enfocados a visibilizar la cultura que se encuentra en ambientes tradicionales (Toro Bravo et al., 2024). Otro estudio revela que el uso del storytelling digital en campañas de redes sociales usan cuatro enfoques para hacer el contenido atractivo como: el apelativo emocional basado en ideales humanos claros, la igualdad y simplicidad de los personajes, la simplicidad narrativa y las representaciones universales (Nicoli et al., 2022).

En estudios desarrollados en la ESPOCH mencionan que el uso de canales digitales son instrumentos apropiados para la difusión del patrimonio material y local; a su vez; también se detalla que la promoción digital de las artesanías en Riobamba es el resultado de la ausencia de plataformas digitales especializadas, limitando la comercialización de sus productos (Vergara Zurita, 2025).

En el ámbito de la digital, la narrativa audiovisual debe entenderse como un proceso que permite construir una historia discursiva en donde se organizan los acontecimientos, acciones, personajes acompañados de imágenes y sonidos. Como lo demuestra en el estudio de narrativa audiovisual en donde menciona que el espectador reconoce la historia mediante la organización de imágenes y sonidos que cuentan un argumento en el medio audiovisual. (Franco Lazarte et al., 2025)

También se debe considerar que con el avance y uso de las herramientas de inteligencia artificial (IA), sean empleados en los procesos de producción digital, mejorando la estética y composición, lamentablemente imita patrones lo que ocasiona que no se cuente con productos audiovisuales auténticos y que permita conectar con el público. (Franco Lazarte et al., 2025) Con este antecedente el uso de la IA debe estar acompañado de un profesional que posea las competencias técnicas.

El storytelling puede identificarse como la práctica que permite construir y transmitir narrativas que no solo combinan elementos visuales, sonoros y discursivo, sino que permite conectar con la audiencia en base al argumento del relato, es por ello; que duplican la tasa de interacción en comparación con el contenido institucional convencional, con incrementos del 80% en las interacciones registradas en plataformas como Instagram, TikTok y LinkedIn. (Losada Díaz & Almela-Baeza, 2026) Convirtiéndose en un elemento esencial para las generaciones de nativos digitales que preservar los valores y el patrimonio. (Zort et al., 2023a).

En la campaña audiovisual con enfoque cultural no solo la narrativa es importante sino también la del formato y la plataforma de difusión, es allí donde los videos cortos con una duración de menos de un minuto se han convertido en formatos dominantes (Salminen et al., 2024). Estos videos cortos acompañados de sonido, transiciones y narrativas compartas evocan en cuestión de segundos una conexión emocional instantánea con el público y permitan con consumo instantáneo de la información (Manic, 2024) La efectividad de dichos formatos están enfocados a la preferencia de la Generación Z por plataformas visuales como TikTok e Instagram, Facebook (Bader & Condrache, 2025).

El storytelling digital no solo contribuye a la difusión cultural sino también al turístico en donde se han identificado cuatro elementos clave para su efectividad en redes sociales: la integración con las plataformas digitales específicas, el compromiso multimedia, la participación comunitaria y la autenticidad cultural. (Kasemsarn & Nickpour, 2025) En base a este contexto, la campaña cultural basada en narrativa audiovisual permitirá difundir productos audiovisuales fáciles de comprender y que conecten con los testimonios, trayectoria y prácticas artísticas del sector, contando con criterios de diseño visual, usabilidad, interacción y coherencia identitaria. (Vergara Zurita et al., 2024)

Siendo esta estrategia de producción audiovisual relevante, a su vez; en el estudio sobre la difusión de difusión de artesanía de Riobamba mediante un prototipo móvil, sostiene que las plataformas digitales pueden ampliar el alcance de los productos siempre que integren criterios de diseño visual, usabilidad, interacción y coherencia narrativa e identitaria. (Vergara Zurita, 2025) Es ahí la importancia de que la difusión de los artistas y gestores culturales de la provincia deben diseñar audiovisuales que cumplan con los parámetros técnica, estéticos, creativos y narrativos que permitan conectar con las audiencias y sean de fácil difusión por las plataformas digitales.

En la comunicación el transmitir un mensaje con una emoción que conecte y sea eficaz debería ser una norma en los ecosistemas digitales, que solo se encuentran direccionados a la comercialización. Losada Díaz & Almela-Baeza (2026) evidencian que estos formatos emocionales generan una mayor visibilidad e interacción, reforzando la identidad institucional y generando audiencias más fieles, es por ello por lo que el storytelling digital interactivo se convierte en una herramienta estratégica de conexión humana y memorable con las audiencias digitales (Amangandi, 2024). El relato emocional del mensaje logra una narrativa que logra transportar emocionalmente a la audiencia, generando respuestas afectivas positivas (Wang & Tang, 2021).

Para los artistas y gestores culturales de Chimborazo el dominio del lenguaje visual no es solo una necesidad sino una competencia que deben poner en práctica para que sus proyectos tengan mayor alcance, deberán contar con composiciones de planos, paletas de color, iluminación, estilo en la postproducción y la narrativa deben ser claras y que permitan evocar respuestas emocionales instantáneas, mejorando significativamente la experiencia narrativa del contenido artístico o cultural. (Reid & Sanders, 2021). Se puede considerar también el modelo teórico de tres etapas mencionado por (Li, 2022), en donde explica el proceso mediante el cual los productores culturales pueden lograr una comunicación digital efectiva de sus expresiones patrimoniales.

En consecuencia, la comunicación cultural en plataformas digitales no solo está enfocada a la promoción sino a difundir la identidad cultural, mediante el storytelling las comunidades locales construyen y proyectan su identidad en entornos digitales. (Zort et al., 2023b) menciona que esta herramienta es indispensable para preservar los valores y el patrimonio cultural, (Kianpour et al., 2026) confirma esta tesis mencionando que narrativas digitales bien estructuradas pueden fomentar el empoderamiento comunitario, la preservación de la memoria colectiva y la construcción de comunidad.

A partir de lo expuesto, el presente artículo tiene como objetivo analizar el desarrollo de una campaña audiovisual basada en la estrategia del storytelling para fortalecer su narrativa sustentada en parámetros técnicos y estéticos de los artistas y gestores culturales vinculados a la Casa de la Cultura Núcleo de Chimborazo y puedan ser difundidos por plataformas digitales.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en el presente estudio tuvo un enfoque mixto, Sampieri y Mendoza (2018) definen este enfoque como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos que implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Se empleó el cualitativo para identificar y comprender las experiencias y significados culturales de los artistas y gestores vinculados a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo, mediante revisión documental, entrevistas semiestructuradas, fichas técnicas, se obtuvo la información testimonial y contextual para construir relatos audiovisuales basados en la identidad, la memoria y el quehacer cultural de los participantes. Mientras el enfoque cuantitativo se orientó a la validación técnica del producto audiovisual mediante la aplicación de encuestas a expertos en el área de diseño gráfico.

El tipo de investigación fue descriptivo y aplicativo, permitiendo caracterizar la problemática de difusión en los medios digitales, así como en la identificación de los elementos de la narrativa como: el mensaje, el sonido, el tono de la comunicación que represente a cada artista o gestor, y; aplicativo porque no solo se quedó en el análisis teórico del problema, sino que se desarrollaron productos audiovisuales orientados a fortalecer la visibilidad digital.

La población de estudio estuvo conformada por artistas y gestores culturales vinculados a la Casa de la Cultura de Chimborazo, seleccionados por la trayectoria, disponibilidad para el proceso y la pertinencia para representar mediante el lenguaje audiovisual, aportes significativos a la identidad cultural local, entre los destacados estuvieron Jorge Sánchez y el Ballet Folklórico Renovación, cuyos relatos sirvieron como base para la construcción de las piezas audiovisuales.

Entre las técnicas empleadas está la revisión documental que permitió recopilar la información institucional y contextual sobre la Casa de la Cultura, las entrevistas semiestructuradas enfocadas a obtener testimonios sobre la trayectoria, motivaciones, prácticas y necesidades de difusión de los participantes, la ficha técnica organizó la información para la construcción de los guiones y la planificación del audiovisual.

Para la validación de los productos audiovisuales se contó con la participación de tres profesionales en diseño gráfico, seleccionados por la experiencia profesional en docencia universitaria, producción audiovisual para medios digitales, dicha formación les permitió valorar los productos en los aspectos técnicos, estéticos y narrativos para su difusión en medios digitales, se estructuró la encuesta enfocada a evaluar la claridad del mensaje, calidad visual, coherencia narrativa, audio y pertinencia cultural.

En el desarrollo de los productos audiovisuales se empleó la metodología general de producción audiovisual, que cuenta con tres etapas, en la preproducción se recopiló y analizó la información obtenida para definir los guiones narrativos de los participantes basados en el storytelling, en la producción se realizaron las grabaciones correspondientes de los dos participantes, registrando entrevistas, actividades, espacios, detalles relacionados con cada caso seleccionado y en la posproducción se seleccionó el material grabado para editarlo, realizando el retoque de imagen, color y sonido para la renderización final.

RESULTADOS

Los resultados del estudio se obtuvieron según cada fase de aplicación, en la revisión documental se orientó a identificar a los gestores y artistas vinculados a la Organización, endonde se reconoció las características generales de los beneficiarios, sus ámbitos de acción cultural y la necesidad de generar contenidos audiovisuales que contribuyan a visibilizar sus trayectorias en medios digitales. En esta fase se estableció como punto de partida a 15 gestores y artistas culturales.

A partir del levantamiento de información, se seleccionaron dos casos para el desarrollo de los productos audiovisuales: Jorge Sánchez y el Ballet Folklórico Renovación. La elección de estos protagonistas permitió representar dos dimensiones complementarias del quehacer cultural local: por un lado, la trayectoria individual del gestor y el artista cultural y, por otro; la práctica colectiva vinculada a la danza folklórica.

En la entrevista aplicada al Ing. Juan Carlos Huaraca Director CCCH evidenció que la institución fomenta, capacita y visibiliza a artistas y gestores culturales. También se identificaron carencias en equipos tecnológicos, producción audiovisual y espacios adecuados para la difusión. El entrevistado destacó la importancia de la vinculación universitaria, las campañas audiovisuales y la creación de un portal digital de las artes para ampliar el reconocimiento cultural y que los productos audiovisuales cumplan con parámetros técnicos, estéticos y narrativos.

En la entrevista realizada a Roberto Carlos Toledo López, director del Ballet Folklórico Renovación, permitió conocer la trayectoria, origen y motivaciones del grupo, así como los desafíos enfrentados en el contexto cultural local. Dicha información evidenció la necesidad y deseo de difundir las danzas tradicionales del país y mantener vivo un legado cultural. Además, ayudó a identificar valores, vivencias y emociones que fortalecen la identidad del grupo y se estructura la narrativa audiovisual basado en el storytelling.

Y en la entrevista aplicada al artista Jorge Sánchez dio como resultado una visión reflexiva del arte como medio de identidad, memoria, sanación y resistencia cultural. Su testimonio destacó la relación entre espiritualidad andina, cuerpo, territorio y saberes ancestrales, así como una crítica a la pérdida cultural provocada por la modernidad. La narrativa que se planificó para el artista se construyó en base a lo poético y emocional que se plasmó en los guiones y posteriormente en el producto final.

Preproducción

En esta fase de la metodología general de producción audiovisual, se desarrollaron los guiones del artista Jorge Sánchez, en donde cada escena es planificada para que proyecte una narrativa poética,

emocional y transmita la cultura, se especifica los escenarios, los movimientos de los personajes, y la historia que será contada a través de cada toma, como se aprecia en la Figura 1. Guión literario Jorge Sánchez- F1. y en la Figura 2. Guión literario Jorge Sánchez - F2., respondiendo a la técnica del storytelling.

Figura 1

Guión Literario Jorge Sánchez – F1

GUIÓN LITERARIO - JORGE SÁNCHEZ

Título: Alumbrando al filo de la Tierra.

INTERIOR, HABITACIÓN / DÍA

Un joven permanece sentado frente a la pantalla de su computadora. La habitación está sumida en la penumbra, apenas iluminada por el destello azul que emiten los múltiples dispositivos que lo rodean.

INTERIOR, HABITACIÓN / DÍA

Cables, teclados y pantallas lo envuelven en un ambiente frío y artificial, mientras el silencio es apenas interrumpido por el zumbido leve de las máquinas.

INTERIOR, HABITACIÓN / DÍA

Su rostro, pálido y absorto, refleja la monotonía de un mundo digital que lo consume.

INTERIOR, HABITACIÓN / DÍA

De pronto, un parpadeo extraño anuncia el colapso: los dispositivos se apagan uno tras otro, sumiéndolo en una oscuridad inquietante.

INTERIOR, HABITACIÓN / DÍA

El joven, desconectado de golpe del universo virtual al que estaba aferrado, abre los ojos con asombro y desorientación. La angustia se apodera de él; la desesperanza lo invade mientras el vacío del silencio absoluto lo enfrenta a una realidad que había olvidado.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

El joven abre la puerta de su habitación y da un paso al exterior. La luz natural lo envuelve, cegándolo por un instante.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

Ante sus ojos se despliega un paisaje que parecía haber borrado de su memoria: montañas imponentes, árboles que se mecen al ritmo del viento, y un cielo diáfano que contrasta con la oscuridad de la habitación que dejó atrás.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

El joven camina despacio, descalzo sobre la tierra, sintiendo bajo sus pies la textura del sendero.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

Sube una loma, rodeado de flores silvestres que salpican el camino con colores vivos. A su paso, el vuelo de una pájaro quiebra el silencio.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

Los sonidos del paisaje –el canto de las aves, el murmullo del viento– reemplazan el zumbido artificial de las máquinas, mientras el joven respira profundamente, descubriendo un mundo que había permanecido oculto tras las pantallas.

-

Fuente: elaboración propia.

Figura 2

Guión Literario Jorge Sánchez – F2

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

El joven llega a lo alto de la montaña. El viento agita su cabello mientras explora con la mirada el paisaje. En un claro del bosque, se detiene al descubrir a un ser enigmático: Anonymous Andino, cubierto con vestimentas tradicionales, el rostro oculto tras una máscara simbólica que refleja los colores de la tierra.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

El joven se queda inmóvil, observando con asombro y respeto.

TRANSICIÓN TEATRO LA PERINOLA / ENFOQUE

La cámara se acerca lentamente al rostro de Anonymous Andino, deteniéndose en uno de sus ojos que refleja la llama de una vela encendida.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

En un espacio ceremonial, Anonymous Andino realiza un ritual poético: enciende la vela frente a un pequeño altar simbólico, golpes un tambor que marca el ritmo de una danza. Su cuerpo se mueve al compás de los sonidos, mientras el eco del tambor llena el lugar.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

El joven continúa observando, con los ojos abiertos de par en par, conmovido por la escena que se desarrolla ante él.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

Anonymous Andino continúa su ritual. El espacio está envuelto en penumbra, iluminado solo por la luz cálida de una vela encendida. El eco del tambor marca el ritmo de la escena.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

De entre las sombras aparecen dos mujeres Facarinas. Sus siluetas se recortan contra la luz tenue. Una lleva entre sus manos el fuego/luz, la otra sostiene un cuenco con tierra. Avanzan lentamente, con pasos suaves y ceremoniales.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

Las Facarinas se acercan al joven. El fuego ilumina su rostro; el cuenco de tierra se ofrece como símbolo de vida y origen. Se cruzan miradas cargadas de significado.

INTERIOR, TEATRO LA PERINOLA / TARDE

El joven, conmovido, recibe los elementos. Sus ojos reflejan el momento en que comprende el mensaje profundo: el verdadero poder, la iluminación y la esperanza están en la tierra, en los saberes ancestrales, en el equilibrio entre el ser humano y la naturaleza.

TRANSICIÓN FINCA EL MOLINO / ZOOM OUT

El ambiente se transforma. La oscuridad se disipa ligeramente. La tierra se presenta como refugio, como luz que alumbra la oscuridad. La desesperanza en el joven se derrama y en su lugar surge la esperanza: un despertar hacia la memoria y la sabiduría de los pueblos del mundo.

SONIDO: Se escucha el fragmento de la canción "Lunar"

-

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

El joven permanece de pie. Su silueta se recorta contra el cielo teñido de tonos dorados y rosados. Respira profundamente, dejando que el aire puro llene sus pulmones.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

Un leve gesto de paz y satisfacción se dibuja en su rostro; esboza una tenue sonrisa mientras observa el horizonte. Sus ojos reflejan serenidad y un nuevo entendimiento.

EXTERIOR, FINCA EL MOLINO / DÍA

La cámara inicia un suave ascenso, elevándose lentamente sobre el joven. El paisaje se despliega en toda su magnitud: valles, montañas, ríos y campos bañados por la luz del atardecer.

FIN

Fuente: elaboración propia.

En cambio, en el guión literario del Ballet Folklórico Renovación, la narrativa establecida proyectó los testimonios de los personajes, sus valores culturales y sociales sustentada en la trayectoria del grupo y demostración artística, enfocado a transmitir su identidad y compromiso con la danza, apoyados en las características del storytelling, en la Figura 3. Guión Literario Ballet Folklórico Renovación - F1 y Figura 4. Guión Literario Ballet Folklórico Renovación -F2, se aprecia cada escenario, toma y acción que será capturada en la etapa de producción.

Figura 3

Guión Literario Ballet Folklórico Renovación – F1

GUION LITERARIO BALLE FOLKLÓRICO RENOVACIÓN

Título: Danzar para soñar, soñar para vivir

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Imágenes suaves, de la ciudad. Árboles se mecen al ritmo de una brisa tenue. El ambiente respira nostalgia.

VOZ EN OFF (NARRADOR)
Hace más de una década, cuando la danza aún era un sueño en sus corazones, dos jóvenes compartían una ilusión: enseñar, guiar y preservar nuestra cultura a través del movimiento. Roberto y Jimena no solo soñaban con un ballet... soñaban con un legado. En la misma plaza.

ROBERTO Y JIMENA, camina por el parque y ensayan pasos de danza folklórica. Sus movimientos son inseguros pero llenos de pasión. Rien, se corrigen, se impulsan mutuamente.

JIMENA
(sonriendo, con la mirada fija en el cielo)
-¿Te imaginas que un día podamos tener nuestro propio ballet?

ROBERTO
(asintiendo, con una ternura serena)
-Sí... y que nuestros hijos y alumnos mantengan viva nuestra cultura danzando con el corazón.

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Ensayan pasos. Zapatillas golpeando el suelo. Rostros concentrados.

VOZ EN OFF (NARRADOR)
Así nació el Ballet Folklórico Renovación Ecuador. Con amor, esfuerzo y mucha fe. Desde hace 12 años, llevamos la cultura en cada paso, recorriendo escenarios con danzas tradicionales del Ecuador y también de toda Latinoamérica. Coreografías de sanjuanito, marinera y caporales se suceden. Los bailarines cambian de vestuario. La música se entrelaza con la energía de los cuerpos.

JIMENA
-Bailar no es solo moverse. Es contar historias. Es recordar quiénes somos.

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Terminan exhaustos pero felices. Se sientan en una banca, respirando profundo.

VOZ EN OFF (NARRADOR)
Pero la cultura a veces danza sola. La falta de apoyo golpeó con fuerza. Las puertas se cerraban, pero nuestros corazones seguían abiertos. Puertas metálicas que se cierran con firmeza. Luces que se apagan una a una. El silencio se impone.

Fuente: elaboración propia.

Figura 4

Guión Literario Ballet Folklórico Renovación – F2

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Con su hija practican con energía. repiten pasos, corrigen posturas, se apoyan entre sí. El ambiente es dinámico y comprometido. Hay disciplina, pero también entusiasmo.

VOZ EN OFF (NARRADOR)
Nos reinventamos. Apostamos por la autogestión, por la investigación, por fusionar la tradición con la innovación. Y con cada ensayo, con cada presentación, más personas se unían a este sueño. Coreografías llenas de fuerza y color. Danzas andinas modernas, bailes latinos estilizados, combinaciones de ritmos tradicionales con nuevas formas. La comunidad participa activamente.

JIMENA
-Enseñamos a amar la danza como se ama la tierra... con respeto, con raíces, con identidad.
Los rostros de los bailarines reflejan orgullo.

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Una niña pequeña, le toma de su padre. Ambos se colocan frente a frente. La niña lo mira con admiración.

VOZ EN OFF (NARRADOR)
Hoy, el sueño continúa. Nuestros alumnos ya enseñan a otros. Nuestros hijos bailan con orgullo. Y en cada escenario, el amor a la danza y a nuestra cultura se multiplica.

Hija
(voz suave)
-Papá... cuando yo sea grande, ¿también voy a enseñar a bailar?

ROBERTO
(sonriendo)
-Claro que sí, hijo. Ese es nuestro legado.
Ambos inician una danza sencilla. La escena queda abierta, en movimiento.

EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Coreografía de la agrupación de danza. Vestuarios coloridos, movimientos firmes y alegres. La música festiva envuelve todo. Sonrisas sinceras acompañan cada paso.

VOZ EN OFF (FINAL)
El Ballet Folklórico Renovación Ecuador no es solo una agrupación... Es un hogar, un legado, una llama que no se apaga. Bailamos para recordar... Bailamos para enseñar... Bailamos por amor.

FIN

Fuente: elaboración propia.

Producción

Para el rodaje de los dos productos audiovisuales basados en el storytelling y que responden a los guiones literarios previamente establecidos, se organizaron jornadas de grabación para cada uno de ellos dependiendo de la disponibilidad del artista o el gestor cultural, en las tomas realizadas se plasmaron los movimientos de cámaras, las locaciones utilizando los equipos de audio y video, como

lo detalla la Figura 5. Proceso de grabación de Jorge Sánchez y Figura 6. Proceso de grabación Ballet Folklórico Renovación.

Figura 5

Proceso de grabación de Jorge Sánchez



Fuente: elaboración propia.

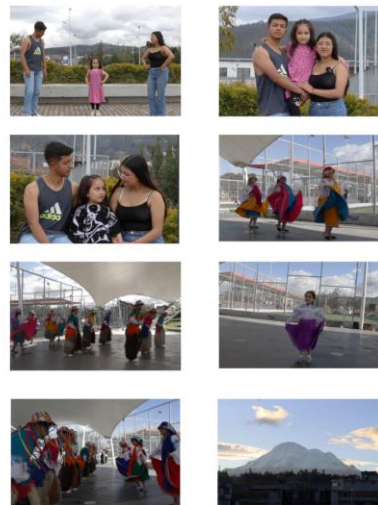
Figura 6

Proceso de grabación Ballet Folklórico Renovación

PROCESO DE GRABACIÓN



PROCESO DE GRABACIÓN



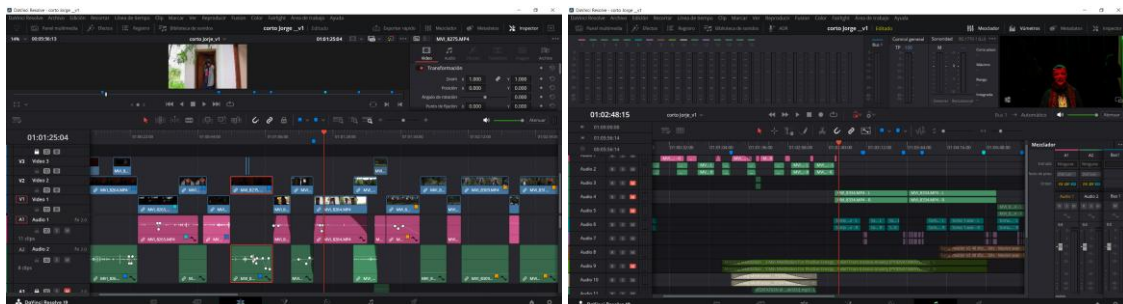
Fuente: elaboración propia.

Posproducción

Una vez terminada el proceso de grabación de los dos audiovisuales, se revisó el material y se eligió las tomas que formarán parte de los productos, cada clip seleccionado cumple con la calidad técnica, estética y expresiva que permitan contar la narrativa y la misma se entienda, enfocado a generar conexión emocional con la potencial audiencia. Para el montaje de cada clip se utilizaron transiciones y efectos en las escenas garantizando la fluidez del movimiento, los retoques de color en el balance de blancos para lograr una temperatura de color homogénea en el audiovisual y la eliminación de ruido e incorporación de sonido, todos estos ajustes se lo realizaron en el programa DaVinci Resolve, como se puede apreciar en las Figura 7. Posproducción de Jorge Sánchez y Figura 8. Posproducción del Ballet Folklórico Renovación

Figura 7

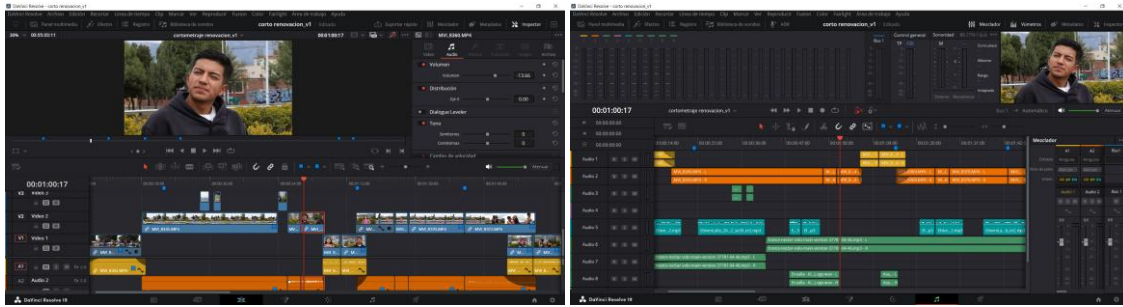
Posproducción de Jorge Sánchez



Fuente: elaboración propia.

Figura 8

Posproducción del Ballet Folklórico Renovación

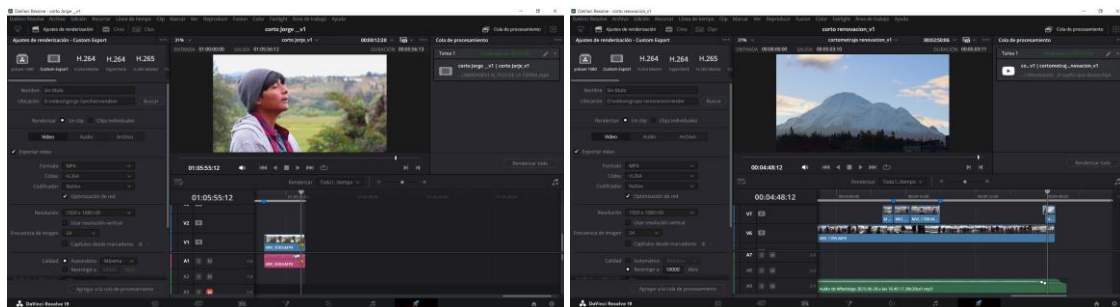


Fuente: elaboración propia.

En el renderizado se seleccionó una resolución de 1920 x1080 pixeles Full HD en formato MP4 por su alta compatibilidad con plataformas digitales como YouTube, Facebook e Instagram según se aprecia en la Figura 9. Renderizados de los productos audiovisuales

Figura 9

Renderizados de los productos audiovisuales



Fuente: elaboración propia.

Se aplicó la encuesta a los tres profesionales del área de diseño gráfico para la validación de los productos audiovisuales, dicho instrumento está compuesta por once preguntas, las ocho primeras bajo la escala de linkert la cual permitió cuantificar el nivel de aceptación de cada criterio, siendo procesadas por SPSS, las últimas tres preguntas fueron abiertas, orientadas a recoger observaciones cualitativas sobre los elementos más efectivos del video, los aspectos que debían mejorarse y la impresión general generada por cada producción audiovisual como se muestra la Tabla 1. Encuesta de validación de expertos.

Tabla 1

Encuesta de validación de expertos

N°	Preguntas
1	¿El video presenta una estructura narrativa clara y coherente?
2	¿El mensaje central del video se comprende con facilidad?
3	¿La historia relatada y refleja la identidad cultural de los gestores culturales y artistas?
4	¿La secuencia de los hechos mantiene el interés del espectador?
5	¿La calidad visual del video (imagen, iluminación, composición) es adecuada?
6	¿El uso de recursos sonoros (música, voz en off, efectos) potencia el mensaje?
7	¿El ritmo y edición del video favorecen una experiencia dinámica y comprensible?
8	¿El estilo visual del video es coherente con el contenido narrativo?
9	¿Qué elementos del video considera más efectivos para comunicar el mensaje?
10	¿Qué aspectos del video considera que deben mejorarse?

11	En una frase, ¿Cómo describiría la impresión general que le dejó el video?
----	--

Fuente: elaboración propia.

Los criterios evaluados mediante la escala de Linkert fueron la estructura narrativa, el mensaje, pertinencia comunicacional, calidad visual, sonora, edición y estilo visual de los videos, la encuesta aplicada para cada producto audiovisual. En conjunto, estas preguntas facilitaron una valoración técnica y crítica de los productos audiovisuales, permitiendo identificar fortalezas y posibles aspectos de mejora antes de su difusión final. En la Tabla 2. Evaluación Audiovisual Jorge Sánchez y en la Tabla 3. Evaluación Audiovisual Ballet Folckórico Renovación se muestran los resultados obtenidos por cada experto, cabe mencionar que para procesar los datos en SPSS se codificaron JP para Jorge Sánchez y BFR para el Ballet Folckórico Renovación

Tabla 2

Evaluación Audiovisual Jorge Sánchez

Experto	JS_P1	JS_P2	JS_P3	JS_P4	JS_P5	JS_P6	JS_P7	JS_P8
1	5	5	4	4	5	4	5	5
2	4	5	5	4	4	5	4	5
3	5	4	5	5	5	4	5	5

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3

Evaluación Audiovisual Ballet Folckórico Renovación

Experto	BFR_P1	BFR_P2	BFR_P3	BFR_P4	BFR_P5	BFR_P6	BFR_P7	BFR_P8
1	5	4	5	4	5	5	4	5
2	5	5	5	4	4	5	5	5
3	4	5	5	5	5	4	5	5

Fuente: elaboración propia.

Una vez procesados estos resultados en el SPSS mediante el análisis de descriptivos, se evidencian una valoración favorable de los dos productos audiovisuales sometidos a validación por expertos. En el caso del audiovisual de Jorge Sánchez, se obtuvo una media general de 4,58 sobre 5, con una desviación estándar de 0,14434, como lo detalla la Figura 10. Valores descriptivos de Jorge Sánchez y del Ballet Folklórico Renovación.

Este resultado permite interpretar que los productos audiovisuales alcanzaron un nivel de validación alto, debido a que los criterios evaluados, relacionados con la estructura narrativa, comprensión del mensaje, representación de la identidad cultural, calidad visual, recursos sonoros, ritmo de edición y coherencia estética, fueron valorados positivamente por los expertos. Además, la baja desviación estándar demuestra que existió un nivel de consenso favorable entre los evaluadores, lo que fortalece la consistencia descriptiva de los resultados obtenidos.

Tabla 4

Valores descriptivos de Jorge Sánchez y del Ballet Folklórico Renovación

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
JS_P1	3	4	5	4,67	,577
JS_P2	3	4	5	4,67	,577
JS_P3	3	4	5	4,67	,577
JS_P4	3	4	5	4,33	,577
JS_P5	3	4	5	4,67	,577
JS_P6	3	4	5	4,33	,577
JS_P7	3	4	5	4,33	,577
JS_P8	3	5	5	5,00	,000
N válido (por lista)	3				

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
BFR_P1	3	4	5	4,67	,577
BFR_P2	3	4	5	4,67	,577
BFR_P3	3	5	5	5,00	,000
BFR_P4	3	4	5	4,33	,577
BFR_P5	3	4	5	4,67	,577
BFR_P6	3	4	5	4,67	,577
BFR_P7	3	4	5	4,67	,577
BFR_P8	3	5	5	5,00	,000
N válido (por lista)	3				

Fuente: Software estadístico SPSS.

En el promedio de los datos según los estadísticos descriptivos muestran que el audiovisual del Ballet Folklórico Renovación, poseen una media general de 4,71 sobre 5, con una desviación estándar de 0,07217, lo que evidencia igualmente una validación muy alta. En cambio, en el producto audiovisual de Jorge Sánchez, posee una media de 4.58 sobre 5 y una desviación de 0.14434, la desviación menor muestra un mayor número de coincidencias en las respuestas. En conjunto, ambos audiovisuales cumplen satisfactoriamente con los criterios técnicos, narrativos y estéticos planteados en la validación, por lo que se consideran productos adecuados para la difusión en plataformas digitales.

Tabla 5

Valores descriptivos de los promedios de las dos producciones audiovisuales

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
PROM_JS	3	4,50	4,75	4,5833	,14434
PROM_BFR	3	4,63	4,75	4,7083	,07217
N válido (por lista)	3				

Fuente: Software estadístico SPSS.

Los resultados obtenidos por parte de los expertos en diseño gráfico en las preguntas abiertas destacan como elementos más efectivos la claridad del mensaje, la fuerza visual de las imágenes, la representación de la identidad cultural y la capacidad emotiva de los relatos. Asimismo, las observaciones señalaron aspectos puntuales de mejora relacionados con el ritmo de edición, el tratamiento sonoro, la continuidad narrativa y algunos detalles técnicos de imagen. En conclusión, los productos audiovisuales finales basados en la técnica del storytelling cumplen con los aspectos técnicos, estéticos y narrativos que permitan comunicar el valor artístico y cultural

DISCUSIÓN

En concordancia con los planteamientos teóricos descritos en la literatura, los resultados obtenidos en el presente estudio corroboran que el storytelling audiovisual se considera una estrategia eficaz para la representación y visibilización de artistas y gestores culturales en entornos digitales. Las producciones audiovisuales de Jorge Sánchez y del Ballet Folklórico Renovación y su posterior validación de los expertos demostraron esta tesis al obtener medias de 4.58 y 4.71 sobre 5 respectivamente, evidenciando que los productos audiovisuales deben poseer coherencia entre parámetros técnicos, estéticos y narrativos para la difusión cultural.

Estos resultados respaldan la afirmación de Franco Lazarte et al. (2025) sobre la capacidad de la narrativa audiovisual para transformar información en relatos con carga emocional y valor simbólico. En los dos productos audiovisuales los guiones literarios desarrollados a partir de las entrevistas ayudaron a construir una narrativa sólida que integró, imágenes, sonidos, movimientos enfocados a la comunicación cultural, demostrando que el audiovisual no solo es una documentación sino un proceso de construcción planificado alineado a la claridad del mensaje.

La valoración alta de los criterios narrativos, visuales, sonoros y estéticos por parte de los expertos demostraron que los formatos de storytelling emocional generan niveles de compromiso significativamente superiores al contenido institucional convencional. En este estudio, la capacidad emotiva de los relatos fue uno de los aspectos más destacados en las valoraciones cualitativas de los expertos, a su vez la ligera ventaja del del Ballet Folklórico Renovación con una media de 4,71 frente a 4,58 puede darse por el dinamismo visual caracterizado por la danza, en cambio el audiovisual Jorge Sánchez se destaca por su profundidad testimonial de la cultura y pertinencia.

Al analizar las desviaciones estándar de los promedios de los dos audiovisuales demuestra la coincidencia en las respuestas entre los expertos, este resultado es sumamente importante ya que muestra que los productos cumplen con las características técnicas, estéticas y narrativas fortalecidas mediante el storytelling, claro está que también existen puntos de mejora como el ritmo en la edición, el tratamiento del sonido en exteriores para disminuir el ruido y la corrección del balance de blancos antes de realizar las tomas. Estas consideraciones permitirán que los productos audiovisuales cumplan con su objetivo comunicacional y se difundan en plataformas digitales.

En este sentido, los productos obtenidos no solo cumplen con el objetivo comunicacional del estudio, sino que constituyen evidencia empírica de que la producción audiovisual estratégica representa una vía viable y replicable para la visibilización digital del patrimonio cultural vivo de la provincia de Chimborazo, contribuyendo a la preservación de la memoria colectiva y a la afirmación identitaria.

CONCLUSIÓN

Se concluye que el proceso de producción audiovisual permitió obtener productos que cumplen con los parámetros técnicos, estéticos y narrativos que den a conocer el trabajo de artistas y gestores culturales vinculados a la Casa de la Cultura Núcleo de Chimborazo, a partir de la selección de dos casos representativos: Jorge Sánchez y el Ballet Folklórico Renovación. Se construyeron relatos que aportan a la difusión cultural local, el primero logró abordar esta narrativa de manera individual, emocional, simbólica y reflexiva, en cambio el segundo evidenció la fuerza de la práctica colectiva mediante la danza.

Al contar con una investigación previa de cada artista o gestor cultural permite transformar estos testimonios en narrativas claras, emotivas y culturalmente significativas acompañadas de la estrategia del storytelling enfocado a fortalecer esta conexión emocional con las audiencias digitales. En el caso de Jorge Sánchez, el relato se fortaleció desde la memoria, la espiritualidad andina, el territorio y la

resistencia cultural; mientras que en el Ballet Folklórico Renovación se destacó la trayectoria grupal, el compromiso con la danza tradicional y la expresión artística como medio de preservación cultural.

La validación de expertos de los dos audiovisuales y el procesamiento de información mediante en análisis de valores descriptivos ayudan a una verificación real de cada uno de los elementos que forman parte de la producción audiovisual mediante el storytelling, destacando que Jorge Sánchez alcanzó una media general de 4,58 sobre 5, mientras que el Ballet Folklórico Renovación obtuvo una media de 4,71 sobre 5. Los dos audiovisuales cumplen satisfactoriamente con los criterios de claridad narrativa, comprensión del mensaje, calidad visual, coherencia estética, tratamiento sonoro y pertinencia cultural.

La producción audiovisual constituye una herramienta comunicacional efectiva para la difusión cultural, ya que no solo documentan trayectorias artísticas, sino que también generan reconocimiento, sensibilidad y conexión con el público. En conjunto, los productos audiovisuales desarrollados aportan al fortalecimiento de la memoria, la identidad y la visibilidad de los artistas y gestores culturales locales. En futuras investigaciones la estrategia del storytelling se podrá aplicar a otros sectores.

REFERENCIAS

Amangandi, W. (2024). Impacto de Productos Audiovisuales Turísticos y Rol del Periodista en Comunicación Gubernamental: Estudio de Caso en la ciudad de Guaranda. *REVISTA PERTINENCIA ACADÉMICA*, 8(3), 58–78.

Bader, S., & Condrache, A. (2025). Universities, Culture, and Social Media: Enhancing Engagement and Community Through Digital Strategies. *Journalism and Media*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6020080>

Casa de la Cultura de Chimborazo. (n.d.). Casa de la Cultura de Chimborazo. 2025.

Franco Lazarte, E. G., Juárez Paccotaípe, M. T., Ramírez Heredia, R. C., & Vela Loyola, T. M. (2025). Audiovisual Narrative in the Age of Artificial Intelligence: Advances, Trends and Challenges: A Systematic Review. *Journal of Educational and Social Research*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.36941/jesr-2025-0001>

Haro Rivera, S. M., Vergara Zurita, H. E., Rivera Abarca, A. L., & Alarcón, P. A. P. (2026). Condiciones socioeconómicas de artistas y gestores culturales en la provincia de Chimborazo. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5627>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (McGraw-Hill., Ed.).

Kasemsarn, K., & Nickpour, F. (2025). Digital Storytelling in Cultural and Heritage Tourism: A Review of Social Media Integration and Youth Engagement Frameworks. *Heritage*, 8(6), 200. <https://doi.org/10.3390/heritage8060200>

Kianpour, M., Triandafyllidou, A., Allen, T., Mazrouei, S., & Shams, M. (2026). Social media narratives, diasporic identity and collective memory: A critical synthesis of the literature. *Ethnicities*, 26(1), 36–62. <https://doi.org/10.1177/14687968251386072>

Li, J. (2022). Grounded theory-based model of the influence of digital communication on handicraft intangible cultural heritage. *Heritage Science*, 10(1), 126. <https://doi.org/10.1186/s40494-022-00760-z>

Losada Díaz, J. C., & Almela-Baeza, J. (2026). Emotional Digital Storytelling as a Driver of Social Media Engagement in Higher Education: A Multi-Platform Analysis. *Information*, 17(1), 30. <https://doi.org/10.3390/info17010030>

Manic, M. (2024). Short-Form Video Content and Consumer Engagement in Digital Landscapes. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 45–52. <https://doi.org/10.31926/but.es.2024.17.66.1.4>

Nicoli, N., Henriksen, K., Komodromos, M., & Tsagalas, D. (2022). Investigating digital storytelling for the creation of positively engaging digital content. *EuroMed Journal of Business*, 17(2), 157–173. <https://doi.org/10.1108/EMJB-03-2021-0036>

Reid, D. R., & Sanders, B. (2021). *Documentary Making for Digital Humanists* (Vol. 2). Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/OBP.0255>

Salminen, J., Wahid, R., Yang, Y., & Jansen, B. (2024). Engagement Patterns in TikTok: An Analysis of Short Video Ads. *Proceedings of the 35th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 323–329. <https://doi.org/10.1145/3648188.3677048>

Toro Bravo, J. P., Guerrero Troya, N. M., & Pérez Heredia, G. V. (2024). Producciones audiovisuales y medios locales. Contribuyendo al desarrollo de la interculturalidad. *Ñawi*, 8(1), 263–282. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a14>

Vergara Zurita, H. E. (2025). Difusión de las artesanías de la ciudad de Riobamba mediante un prototipo móvil. *Polo Del Conocimiento*, 10(3), 122–146. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i3.9045>

Vergara Zurita, H. E., Rivera Abarca, A. L., Aguilar Cajas, H. O., & Valverde Sánchez, L. (2024). Producción audiovisual: Reactivación económica y social de la parroquia Licto. . *Polo Del Conocimiento*, 9.

Wang, S.-T., & Tang, Y.-C. (2021). How narrative transportation in movies affects audiences' positive word-of-mouth: The mediating role of emotion. *PLOS ONE*, 16(11), e0259420. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259420>

Zort, Ç., Karabacak, E., Öznur, Ş., & Dağlı, G. (2023a). Sharing of cultural values and heritage through storytelling in the digital age. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1104121>

Zort, Ç., Karabacak, E., Öznur, Ş., & Dağlı, G. (2023b). Sharing of cultural values and heritage through storytelling in the digital age. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1104121>

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons !\[\]\(9c7a728b22e5d7455ab257bb0ec5eaf2_img.jpg\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

AGRADECIMIENTOS

A los señores Jorge Sánchez y Ballet Folclórico Renovación quienes participaron en el proyecto de vinculación: “Programa de intervención para fortalecer la difusión de los artistas y gestores que integran la CCE Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo y el RUAC” y al Sr. Sebastián Quille.

USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La herramienta ChatGPT empleada en la traducción al idioma inglés y corrección de estilo.