



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera en Diseño Gráfico Publicitario

**“Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de
la ciudad de Ambato”**

Autora: Donoso Olivo, Mary Liseth

Tutor: Ph.D. Pilamunga Poveda, Efraín Marcelo

Ambato - Ecuador

Noviembre - 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato” de la alumna Donoso Olivo Mary Liseth, estudiante de la carrera de diseño gráfico publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, noviembre 2017

EL TUTOR



Ph.D. Efraín Marcelo Pilamunga Poveda

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, noviembre 2017

LA AUTORA



.....
Donoso Olivo Mary Liseth

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, noviembre 2017

LA AUTORA



.....
Mary Liseth Donoso Olivo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**Sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato**” de Mary Liseth Donoso Olivo, estudiante de la carrera de diseño gráfico publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, noviembre 2017

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvi

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.3. Contextualización.....	3
1.4. Árbol de problemas.....	11
1.5. Análisis crítico.....	12
1.6. Prognosis.....	13
1.7. Delimitación del objeto de investigación.....	14
1.8. Justificación.....	14
1.9. Objetivos.....	15
1.9.1. Objetivo general.....	15

1.9.2. Objetivos específicos	15
------------------------------------	----

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes de la investigación	16
2.2. Bases teóricas	18
2.3. Definiciones conceptuales	21
2.3.1. Sistemas comunicacionales	21
2.3.2. Medios de Comunicación	21
2.3.3. Clasificación de los medios de comunicación	22
2.3.4. La comunicación de masas	23
2.3.5. Medio radiofónico	24
2.3.6. Medios impresos	24
2.3.7. Medios audiovisuales	25
2.3.8. Productos audiovisuales	26
2.3.9. Medios digitales	27
2.3.10. Cibermedio	27
2.3.11. Comunicación visual	27
2.3.12. Elementos de la comunicación visual	28
2.3.13. Comunicación	29
2.3.14. Proceso de comunicación	29
2.3.15. Proceso efectivo de comunicación	30
2.3.16. Tipos de comunicación	31
2.3.17. Estrategia de difusión	31
2.3.18. Difusión	32
2.3.19. Promoción	32

2.3.20.	Cultura.....	33
2.3.21.	Características de la cultura	33
2.3.22.	Elementos de la cultura.....	34
2.3.23.	Clasificación de cultura.....	34
2.3.24.	Cultural en Ambato.....	35
2.3.25.	Identidad	39
2.3.26.	Importancia de la Identidad Cultural	39
2.3.27.	Tradicición	40
2.3.28.	Costumbre	40
2.3.29.	Patrimonio.....	40
2.3.30.	Patrimonio histórico cultural.....	40
2.3.31.	Antropología cultural.....	41
2.4.	Fundamentación.....	41
2.4.1.	Fundamentación legal	41
2.4.2.	Fundamentación axiológica	47
2.4.3.	Fundamentación ontológica.....	47
2.5.	Formulación de hipótesis	47
2.6.	Señalamiento de variables.....	48

CAPITULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO.....	49
3.1.	Diseño Metodológico.....	49
3.1.1.	Enfoque de la investigación	49
3.1.2.	Modalidad básica de investigación	49
3.1.3.	Nivel o Tipo de Investigación.....	50
3.2.	Población y muestra.....	51

3.3. Operacionalización de variables	53
3.4. Técnicas de recolección de datos.....	54
3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	55

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO	71
4.1. Memoria descriptiva y justificativa	71
4.1.1. Proyecto	71
4.1.2. Referencias.....	74
4.1.3. Descripción del proyecto	75
4.2. Memoria técnica.....	82
4.2.1. Memoria de materiales.....	82
4.2.2. Características técnicas	82
4.3. Diseño del producto prototipo	85
4.3.1. Identificador visual	85
4.3.2. Valores de la marca.....	85
4.3.3. Manual de marca.....	86
4.3.4. Manual de estilos	89
4.3.5. Reportaje	90
4.3.6. Video Reportaje piloto.....	90
4.3.7. Estructura del video reportaje	93
4.3.8. Guion Narrativo - Descriptivo	95
4.3.9. Propuesta gráfica.....	99
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES.....	103
BIBLIOGRAFÍA	104

ANEXOS	109
--------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Árbol de Problemas causa - efecto.....	11
Gráfico 2.	Redes Conceptuales	18
Gráfico 3.	Sistemas Comunicacionales.....	19
Gráfico 4.	Cultura.....	20
Gráfico 5.	Proceso de comunicación.....	30
Gráfico 6.	Proceso efectivo de comunicación.....	31
Gráfico 7.	Primera pregunta.....	56
Gráfico 8.	Segunda pregunta.....	57
Gráfico 9.	Tercera pregunta	57
Gráfico 10.	Cuarta pregunta.....	58
Gráfico 11.	Quinta pregunta.....	59
Gráfico 12.	Sexta pregunta.....	60
Gráfico 13.	Séptima pregunta	61
Gráfico 14.	Octava pregunta	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1.	36
Parroquias Ambato.....	36
Tabla No. 2.	52
Población según edades de la ciudad de Ambato	52
Tabla No. 3.	52
Unidades de observación	52
Tabla No. 4.	53
Variable independiente: Sistemas comunicacionales	53
Tabla No. 5.	54
Variable dependiente: Cultura	54
Tabla No. 6.	55
Primera pregunta.....	55
Tabla No. 7.	56
Segunda pregunta.....	56
Tabla No. 8.	57
Tercera pregunta	57
Tabla No. 9.	58
Cuarta pregunta.....	58
Tabla No. 10.	59
Quinta pregunta.....	59
Tabla No. 11.	60
Sexta pregunta.....	60
Tabla No. 12.	61
Séptima pregunta	61
Tabla No. 13.	61

Octava pregunta	61
Tabla No. 14.	62
Novena pregunta	62
Tabla No. 15.	63
Décima pregunta	63
Tabla No. 16.	64
Undécima pregunta	64
Tabla No. 17.	69
Selección del identificador gráfico	69
Tabla No. 18.	73
FODA.....	73
Tabla No. 19.	77
Estrategias y acciones	77
Tabla No. 20.	77
Estrategias y acciones	77
Tabla No. 21.	78
Estrategias y acciones	78
Tabla No. 22.	81
Presupuesto	81
Tabla No. 23.	82
Memoria de materiales.....	82
Tabla No. 24.	90
Etapas para el desarrollo de reportajes.....	90

RESUMEN

El presente proyecto, tiene el propósito de informar sobre los aspectos de la cultura histórica de la ciudad, puesto que son el vivo testimonio material e inmaterial de los logros de la ciudad, enriqueciendo así el conocimiento cultural en los jóvenes, ya que la problemática abordada se centra en la ausencia de sistemas comunicacionales que difundan la cultura histórica de Ambato. Por lo que se plantea la ejecución de sistemas comunicacionales que contribuyan a la conservación y desarrollo de una identidad propia, en el que se propone formas de difusión que involucran las redes sociales y nuevas tecnologías, a fin de que los jóvenes puedan adquirir la información de manera fácil y rápida.

Como parte de la investigación se aplicaron técnicas que permitieron recopilar información relevante con personas de diferentes entidades públicas encargadas de direcciones relacionados con la cultura, historiadores y ciudadanos en general, donde se determinaron cuatro aspectos a tratar considerados de mayor importancia según los expertos y que son trascendentales en la cultura de Ambato: gastronomía, personajes ilustres, lugares históricos y el origen de la ciudad. Además de recurrir en fuentes bibliográficas y de internet que orientaron y enriquecieron el desarrollo del proyecto.

Es así que, se lograron definir estrategias y acciones con la obtención de información del público, expertos en el ámbito de la cultura de la ciudad y profesionales en el área de diseño gráfico, que con su amplia experiencia, se logró precisar como parte del sistema comunicacional un producto audiovisual, en este caso reportajes. Debido a que este género supone mayor capacidad de investigación para buscar antecedentes (Ander-Egg, 1984), se puede manejar un estilo libre, cumpliendo con las características de demanda del público objetivo, presentada en la parte investigativa del proyecto (Utreras, 2016), para informar sobre los aspectos culturales de Ambato, tomando en cuenta los cambios que actualmente exige la sociedad, aprovechando los medios digitales y la tecnología. De esta manera brindar información precisa por medio de videos que se desarrollarán con un tono divertido y jovial, que a su vez pueden ser usados como fuente de consulta y apoyo para las nuevas generaciones.

PALABRAS CLAVE: AMBATO - ASPECTOS CULTURALES / SISTEMA COMUNICACIONAL / REPORTAJES - AUDIOVISUALES / REDES SOCIALES.

ABSTRACT

The present project has the purpose of informing about the historical cultural aspects of the city, since they are the living material and immaterial testimony of the city's achievements, they are going to enrich the cultural knowledge in the young people, since the problematic approach is focused in the absence of communication systems that disseminate the historical culture of Ambato, so it is proposed the implementation of communication systems that contribute to the conservation and development of an identity of its own, which proposes forms of dissemination that involve the Social networks and new technologies, so that young people can acquire information easily and quickly.

As part of the research, techniques were used to gather relevant information with people from different public entities in charge of addresses related to culture, historians and citizens in general, where it was determined to deal with four aspects among the most valued by the experts and that are transcendental in the culture of Ambato; Gastronomy, illustrious people, historical places and the origin of the city. In addition to resorting to bibliographic and internet sources, that guided and enriched the development of the project.

Thus, it was possible to define strategies and actions with the obtaining of information from the public, experts in the field of the city's culture and professionals in the area of graphic design, who with their wide experience, managed to specify as part of the system an audiovisual product, in this case reports, because this genre supposes a greater capacity of investigation to look for antecedents (Ander-Egg, 1984), it is possible to handle a free style, fulfilling the characteristics of demand of the target public, presented in the investigative part of the project (Utreras, 2016), for to inform about the historical cultural aspects of Ambato, taking into account the changes currently required by society, taking advantage of digital media and technology, to provide accurate information through videos that will be developed with a fun and jovial tone, which in turn can be used as a source of consultation and support for the new generations.

KEY WORDS: AMBATO - CULTURAL ASPECTS / COMMUNICATION SYSTEM / REPORTS - AUDIOVISUALS / SOCIAL NETWORKS.

INTRODUCCIÓN

La importancia de fortalecer la cultura es primordial para el desarrollo de una nación, la cultura nos da identidad, se convierte en una parte fundamental en la vida diaria de los individuos, por lo que este proyecto tiene el propósito de informar sobre los aspectos culturales bajo un enfoque histórico dirigido a los jóvenes de la ciudad y al público en general, por medio de un producto audiovisual entretenido, divertido y jovial, logrando captar la atención del público meta, ya que recordar hechos que hicieron surgir lo que hasta la actualidad caracteriza al pueblo Ambateño, conlleva a mantener viva la cultura.

El presente proyecto consta de cuatro capítulos, los mismos que se especifican a continuación.

El Capítulo I, corresponde a la identificación del problema de la investigación, estudiando y analizando los distintos enfoques que conllevan a plantear soluciones, así mismo, se describe en la contextualización la realidad del tema en sentido global y específico, seguido de un análisis crítico donde se muestran las causas y efectos del problema, la prognosis permite tener una visión de los efectos que generarían al no resolver el problema, la justificación en donde se especifica la importancia de llevar a cabo el proyecto y finalmente el planteamiento de los objetivos que permitirán alcanzar la meta de la investigación.

En el Capítulo II, se estructura el marco teórico, donde se plantean definiciones referentes a las variables, siendo importante para que el lector se nutra de conocimientos que permita entender el desarrollo de la investigación, en este capítulo se desarrollan además diversos elementos como son: antecedentes investigativos, es decir investigaciones previas que respaldan al proyecto. El amparo del presente proyecto reposa en el estudio de la fundamentación legal, axiológica y ontológica, la formulación de la hipótesis permite tener una respuesta tentativa al problema y por último el señalamiento de las variables dependientes e independientes, que son la base de la investigación.

El Capítulo III, consta de los aspectos metodológicos del trabajo, en donde se determina como y que herramientas se van aplicar en el desarrollo de la investigación,

el público objetivo, y operacionalización de variables, que representará una guía para definir los instrumentos para la investigación. Finalmente, se determinan los resultados obtenidos, permitiendo exponer las conclusiones que conlleven a plantear alternativas de solución adecuadas para el proyecto.

En el IV y último Capítulo, se presenta la propuesta de solución, en el que se detalla el proceso de desarrollo de los sistemas comunicacionales, cumpliendo con los objetivos planteados, que favorecen al público meta, encaminado a la difusión de los aspectos culturales históricos de la ciudad. Finalmente las conclusiones y recomendaciones a considerar para cristalizar el proyecto.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Los sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato.

1.2. Planteamiento del problema

Las entidades gubernamentales, en este caso, la Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación del GAD Municipalidad de Ambato, en el Departamento de Promoción Cultural y Turística, quien a cargo se encuentra la Lic. Yadira Proaño menciona que se han ejecutado proyectos de promoción cultural, como presentaciones artísticas, eventos públicos, principalmente en los meses de noviembre y febrero, La Casa de la Cultura propone actividades culturales los cuales se centran en impartir talleres, en temas relacionados con la danza, pintura, teatro, la música, exposiciones artísticas, talleres de lectura en la que incluye la impresión de textos, estas actividades son difundidas a través de medios impresos, los cuales se han podido evidenciar en afiches, pancartas, volantes expuestos a las afueras de las entidades, establecimientos y espacios de información, por otro lado las obras a favor del patrimonio, como el arreglo de plazas y el mantenimiento para la conservación de la infraestructura, son dadas a conocer por medio de la pagina web del GAD.

Los eventos culturales como son el Sol de Noviembre, precedente a la FFF, se celebra a fin de recordar la gesta heroica de 1820, a través de música, exhibiciones pictóricas, muestras de arte, entre otras y en el mes de febrero la tan tradicional Fiesta de las Frutas y las Flores, son celebridades que se promocionan por distintos medios de comunicación, radio, televisión, medios digitales e impresos y se desarrollan en la ciudad prácticamente desde un punto de vista de imagen turística.

La capital Tungurahuense es actualmente una de las urbes más influyentes en la historia, economía, cultura y escena artística nacional, multitudinarias personas residentes

de otros países, ciudades y en especial los mismos habitantes, asisten a estas festividades, pero son muy pocos los ciudadanos Ambateños que conocen a fondo el surgimiento de dichas celebraciones o aspectos referentes a la cultura, como por ejemplo conocer porque se dio inicio a la FFF, conocer de donde procede el nombre de la ciudad, cuales son sus símbolos de identidad y como surgieron, entre otros aspectos, los cuales serían dignos de recordar, sintiendo orgullo por su cultura, por lo que son y por lo que les pertenece. Es así que es importante difundir la cultura de la ciudad desde un punto de vista histórico, puesto que más allá de asistir a eventos artísticos, existe un legado, una historia de sus tradiciones y costumbres que marcan su propia cultura e identidad.

Ambato es cultura, y se puede admirar en sus quintas, museos, mercados, en su gente, varios lugares y edificaciones coloniales que se mantuvieron de pie después del terremoto, sin embargo el conocer a fondo su historia, sería importante para preservar la identidad, en Ambato no se ha podido evidenciar un método que difunda de manera atractiva y permanente la historia cultural que posee, por lo que los ciudadanos ciertamente desconocen la procedencia de aspectos relevantes, que son cotidianos en el desarrollo de las personas, sin embargo no se ha tomado importancia para difundir y preservar la cultura histórica que posee Ambato.

Con estos antecedentes, el presente proyecto pretende entonces, centrarse en investigar si existe o no, y cual sería el sistema comunicacional idóneo que permita difundir la cultura histórica, en el sentido de brindar información a los habitantes sobre importantes hechos que los distinguen y los hace ser únicos, siendo necesario desarrollar en la vida cotidiana de los ciudadanos acciones encaminadas a fortalecer su cultura, no solo siendo partícipes de eventos culturales tangibles, sino en actividades dirigidas al conocimiento, la enseñanza, así pues, estando familiarizados con asuntos que forman parte de la historia cultural de la ciudad, los habitantes podrán comunicarse con más personas y ampliar su criterio o capacidad de juicio al momento de abordar estos temas, generando una identidad social que impulse a la imagen de la ciudad, con el fin de que la sociedad no descuide con el pasar del tiempo varios e importantes hechos y circunstancias que han marcado el curso de la historia, donde los diferentes sistemas comunicacionales jueguen un papel primordial, para

difundir a los ciudadanos la cultura de Ambato, generando valor a los distintos acontecimientos históricos y tradicionales que posee la ciudad, los mismos que han dado un sentido propio a la nación.

1.3. Contextualización

“Tanto más libre un pueblo cuanto más ilustrado”

Juan Montalvo

Macro

A nivel nacional la cultura juega un papel fundamental en el crecimiento y desarrollo de un pueblo, una vía que permite a los individuos insertarse en su medio, intercambiar ideas, pensamientos progresivos, posibilitando establecer mejores relaciones que influyan con el desarrollo cultural de la comunidad.

En la Nueva Constitución del Ecuador, establece un interés importante en el ámbito cultural, donde principalmente hace referencia a dos grandes asuntos; Los Principios y Derechos culturales y el Sistema Nacional de Cultura, mismo que garantiza la efectiva vigencia de los mismos. Estos derechos acogen una visión moderna de la cultura, percibida como un hecho del saber acumulado por la sociedad, (Ley de Cultura, 2009).

La importancia de la identidad cultural en una sociedad no solo se basa en el arte, la música, las letras sino en el modo de vida de cada individuo, los derechos y deberes que se deben ejercer, valores, creencias, tradiciones, costumbres e ideologías que permiten al hombre razonar sobre si mismo.

La importancia de la educación virtual como elemento para superar la inequidad, fue uno de los temas que resaltó Carlos Linares, del Canal Zoom, el canal universitario de Colombia. Este medio de comunicación ha logrado crear una parrilla educativa de calidad, gracias a un trabajo que reúne las iniciativas de cuarenta universidades. Desarrollan temas académicos que buscan estimular la reflexión, e invitan a la experimentación e innovación, con una filosofía de pluralismo e inclusión, (Ministerio de Educación, 2013).

En representación de Argentina participó María de la Paz Viñals, productora artística de Canal Encuentro. En su presentación los “Contenidos creativos en la televisión para todos” explicó el trabajo de Educ.ar, entidad dependiente del Ministerio de Educación Argentino, que consta de un portal educativo y dos canales de televisión, (Ministerio de Educación, 2013).

Jorge Cunha Da Lima, de Brasil, definió a la televisión como una forma de comprensión con muchas pantallas, en las que cabe todo. Indicó que la creatividad es recurso indispensable para innovar formatos y lenguajes de los programas educativos. Además, resaltó el papel de la televisión pública en la educación y en la difusión de la cultura, y su obligación de no tenerle miedo a la calidad. Según su perspectiva, la misión de la televisión pública es la formación crítica del telespectador en un marco de ciudadanía democrática, (Ministerio de Educación, 2013).

El Ministerio Coordinador de Patrimonio, a través de su Programa Desarrollo y Diversidad Cultural, se encuentra apoyando emprendimientos productivos en las provincias de Esmeraldas, Sucumbíos y Chimborazo, territorios que destacan por su diversidad cultural. Los principales objetivos de estos emprendimientos, es la revitalización de la cultura, recuperación de prácticas y productos ancestrales, la generación de modos de vida sostenibles para los pueblos y nacionalidades de las provincias mencionadas, y el cuidado del ambiente, (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015).

El Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) considera que los jóvenes juegan un rol primordial en la protección y en la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. En los países en desarrollo, el apoyo a los jóvenes es clave para que alcancen su potencial creativo, (Unesco, 2016).

Ecuador una nación pluricultural, posee identidad histórica, idioma y cultura propias, que se fortalecen a través de la educación general, realizando esfuerzos para revitalizar y afianzar sus identidades culturales, especialmente en poblaciones vulnerables, es así que mediante distintos medios comunicacionales nacionales tales como radio, televisión,

prensa, se han ejecutado proyectos que consisten en informar el quehacer cultural, deportivo, educativo del Ecuador, los mismos que enriquecen la identidad del país.

La diversidad cultural es difundida en Guayaquil a través de cuentos que han sido desarrollados por Edna Iturralde y escritos por cuentistas nacionales, en el año 2015, quienes utilizan como temática la amplia diversidad que existe en nuestro país. Este proyecto se desarrollo de forma gratuita en el museo Nahim Isaías, (El Universo, 2015).

En el año 2015 se desarrollaron dos aplicaciones que apuestan por la difusión cultural en Guayaquil, se trata de “Nada que hacer” y “Culturnews” las cuales se enfocan en informar a las personas sobre los eventos y actividades culturales en la ciudad, se encuentra vigente desde el mes de junio del 2015, convirtiéndose en una herramienta gratuita para la ciudadanía, (El Comercio, 2015).

En el mes de abril del presente año, en la ciudad capital, se crea una exposición para difundir la cultura de diferentes localidades, llamada “Showroom” se trata de un recorrido apetitoso y atractivo, que expone artesanías, vestimenta, alimentos, joyería en fin, donde la ciudadanía podrá conocer de la cultura de diferentes provincias tales como: Manabí, Loja, Imbabura, Pichincha, Carchi, Cotopaxi, Chimborazo, Azuay, Bolívar. Esta invitación se la hizo pública en el Diario El Comercio, (El Comercio, 2017).

Existen proyectos que impulsa principalmente el gobierno a nivel nacional a partir del año 2012, como es el primer canal educativo en Ecuador, “EducaTv” que cuenta con 50 programas al aire los cuales son transmitidos por distintos medios de comunicación, mismos que abordan temas, entre ellos, turísticos, deportivos, gastronómicos, educativos, culturales en fin, que aportan información y conocimiento general hacia la ciudadanía y a su vez brindan una distracción para los niños, jóvenes con el fin de alejarlos de vicios y de los malos entornos, además de que buscan estimular a la reflexión, inculcar los buenos hábitos, costumbres y fomentar valores.

Sin embargo estos programas no tiene acogida por la mayoría de los jóvenes. en una investigación realizada por Utreras María, 2016, concluye en su proyecto que: “los jóvenes

tienen algún tipo de interés en ver televisión para aprender y EducaTv no les llama la atención por ser un programa aburrido, no es dinámico y muy infantil”. (Utreras, 2016)

El ministerio de Cultura y Patrimonio menciona en uno de sus ejes estratégicos sobre la importancia de generar y difundir mediante sistemas comunicacionales, la identidad cultural de un pueblo.

3. Emprendimientos culturales.- Impulsar el fortalecimiento de las industrias culturales debe incidir también en la producción y circulación de contenidos simbólicos; contribuir al fortalecimiento de la radio, la televisión y prensa públicas; fomentar la producción televisiva local, en particular la telenovela y la producción de series con atractivos contenidos que refuercen la identidad y garanticen la difusión de la diversidad cultural que nos caracteriza, de tal modo que se pueda contrabalancear la invasión cultural importada. El impulso a las industrias culturales implica, de manera paralela, estimular el desarrollo tecnológico local (internet, software); facilitar el acceso de la población a las nuevas tecnologías con el propósito de ampliar los servicios internos; y, promover alianzas regionales que permitan, desde la integración, proponer alternativas creativas y consistentes a la industria de “enlatados culturales” que importan nuestros países. Avanzar en estos ámbitos abrirá, sin duda, las posibilidades para democratizar el acceso de la población a los bienes y servicios culturales, (Ministerio de Cultura y Patrimonio).

Para el presente año se realizó el lanzamiento del programa pluricultural "Ecuador Multicolor", con la finalidad de promover y dar a conocer la pluriculturalidad del país. Este espacio tiene un formato de entrevistas y reportajes sobre distintos temas interculturales, ubicación geográfica, vestimenta, gastronomía y manifestaciones culturales que tienen como fin mostrar al Ecuador como un país étnico, diverso y pluricultural, (Pazmiño, 2017).

Meso

Tungurahua tiene sus orígenes en las culturas incaicas, cuando en su tiempo, existieron enfrentamientos con los españoles que dieron origen a etnias que en la actualidad son evidencia de las raíces, las cuales se pretende mantener, entre ellas; las distintas tradiciones,

costumbres, festividades, la gastronomía, entre otros aspectos que han sido el camino hacia un sustento de desarrollo y evolución de cada sector.

La provincia de Tungurahua en vinculación con la Casa de la Cultura Ecuatoriana, han tomado un rumbo de promoción cultural fundamentando diversas manifestaciones artísticas en disciplinas como la danza, música y teatro, posicionando a la provincia en el ámbito artístico cultural nacional. Sin embargo, en la actualidad se analiza una baja en el presupuesto para las distintas actividades del núcleo Tungurahua, lo que afecta negativamente a la realización y apoyo de espectáculos públicos, publicidad, impresión de libros, entre otros proyectos que difícilmente serán ejecutados, se espera que para este año se planteen soluciones a la disminución del presupuesto para la actividad cultural.

Micro

A nivel de Ambato, según la Lic. Yadira Proaño, Jefa del Departamento de Promoción Cultural y Turística nos habla de proyectos de promoción cultural, que han sido y que serán ejecutados a futuro en la ciudad de Ambato, como es el proyecto: “Sin Autores Ambateños”, el cual tendrá una duración de 3 años, en donde se harán publicaciones continuas y gratuitas de obras de Autores Ambateños, pero no precisamente de los ya conocidos como Juan Montalvo, sino mas bien a jóvenes que han sido acreedores de premios en concursos en la actualidad, en donde además se complementarán con talleres de redacción y artes literarias, contando a su vez con un comité editorial que ayuden a pulir los textos para su correcta publicación y así brindar a la gente un producto de calidad, tomando en cuenta que la circulación de estas obras serán gratuitas, con la idea de que la gente tenga más acceso y pueda conocer a estos escritores.

También se han expuesto las leyendas Ambateñas, en noviembre del 2016 se realizó en un evento llamado “Una noche en el museo” incorporadas en la quinta de Montalvo, forman parte de ese legado cultural heredado de los abuelos y bisabuelos. Otro proyecto es “Rescatando memorias ancestrales” en donde se incorporan a las personas de la tercera edad, para que compartan con la ciudadanía sobre los cuentos, juegos que quieren dar a conocer, fortaleciendo la identidad ancestral de Ambato.

Otras actividades que realiza la dirección es un encuentro de cantautores y la promoción lo hacen a través de pancartas, en el caso de exposiciones se promocionan por medio de catálogos, dípticos, trípticos, con información. Este año por primera vez crearán un Plan Cantonal de Cultura, para establecer los ejes de trabajo a nivel cultural y la forma de promover la cultura.

Lo que habitualmente realiza la Dirección de Cultura, Turismo, Deporte y Recreación, es la publicación de libros, en el año 2016 se publicaron 3 libros importantes; Cumandá, A la Costa y El Regenerador. Como promoción cultural, además se han publicado 2 cds, una de la banda municipal y otra de la orquesta de cámaras, organizando un concierto de lanzamiento, repartiendo durante todo el año el material de manera gratuita, en el Teatro Lalama, en la Municipalidad, en ferias, En Samanes, en el Malecón de Guayaquil, donde no solo se repartió y promocionó material cultural sino también turístico, además en rueda de prensa y medios de comunicación locales y nacionales. Si hablamos del alcance cuantitativo, se dice que llegó a repartirse el material aproximadamente a unas seis mil personas, y de un alcance cualitativo el material se dice que llegó a ser visto en el consulado de Italia, China, Argentina, se repartió a cuerpos diplomáticos de la Ciudad de Quito, llegando a tener un mejor impacto la Banda Municipal a nivel internacional y nacional.

Actualmente se está planteando un proyecto, que tiene que ver con el fortalecimiento de la identidad, que rescate los juegos tradicionales, la gastronomía, por otro lado lo que se busca en un souvenir que permita identificar y representar una imagen más clara de la ciudad, orientadas para el 2018.

En el presente año, la productora Marcela Camacho, narra uno de los acontecimiento más importantes suscitados en la ciudad de Ambato, el terremoto del 5 de agosto de 1949, mismo que se reprodujo mediante un filme (medio metraje) que tiene una duración de 40 minutos por las pantallas de Cinemark de la ciudad de Ambato, durante dos semanas , titulado “El ’49 Una historia Narrada Por Sus Protagonistas”, (Camacho, 2017)

El proyecto contó con el apoyo de la Universidad San Francisco de Quito y el GAD Municipalidad de Ambato, el objetivo fue analizar la problemática socio-económica y política que afrontó Ambato y a su vez relatar el esfuerzo y el progreso de los habitantes de la ciudad durante y después de tan trágico acontecimiento, debido a que la ayuda tanto gubernamental como internacional no alcanzó para todos los damnificados.

La productora Camacho asegura que “es difícil sacar adelante proyectos como este, puesto que en el país no existe el aporte al arte”.

Actualmente se desarrolla un nuevo proyecto encabezado por el Alcalde de la Ciudad Luis Amoroso, en el parque 12 de noviembre, mismo que fue restaurado, plantando flores que enaltecen el lugar, el proyecto se centra en rescatar el valor histórico del lugar y a su vez contemplar los valores humano, cívico y cultural.

Lo que se desarrolla en el parque de 12 de noviembre es la recuperación de tradiciones y la transformación del lugar en un espacio emblemático del cantón, por ello cada viernes de la semana a partir de las 10 de la mañana hasta las 12 y 30, las distintas entidades como las empresas públicas y direcciones municipales acuden al lugar para interactuar con los ciudadanos en actividades culturales en el ámbito de la lectura y juegos lúdicos, (GAD Municipalidad de Ambato, 2017).

Mediante la red social de Facebook, en la página “Ctf Cultura Tradición y Fiesta” quienes cuentan con 28.642 seguidores, dan a conocer algunas de las actividades culturales, turísticas de Ambato, una de las que destaco se desarrolla desde el mes de abril del presente año, la ejecución de productos audiovisuales, teniendo como presentadora a una de las reinas electas Dennisse Albán, Srta. Gobierno Provincial de Tungurahua, en la campaña de promoción la reina invita y muestra un recorrido de la riqueza gastronómica que existe en los mercados de la ciudad de Ambato, al cual denomina “Ruta de los mercados”. En otra página en Facebook “Ambato ayer y hoy” que actualmente cuenta con 29.400 seguidores, muestra una galería de imágenes de Ambato actual y antiguo, en algunas de las imágenes relata un poco de la historia, además, el Historiador Dr. Jorge Ortiz, ha realizado un

sin número de relatos hablados de personajes Ambateños y sobre todo la historia del Ecuador.

1.4. Árbol de problemas

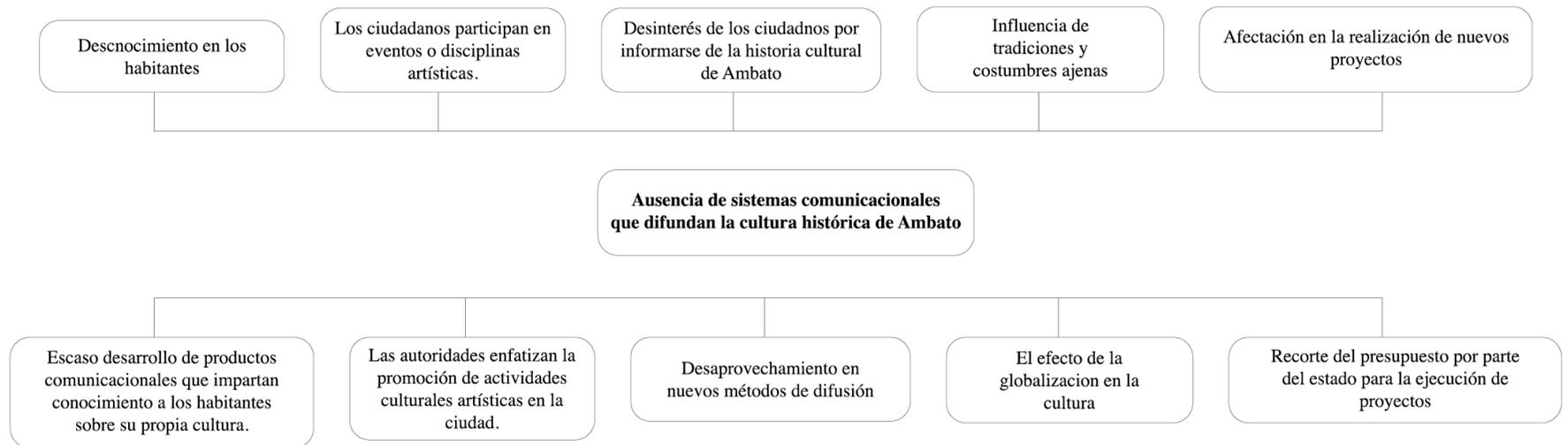


Gráfico 1. Árbol de Problemas causa - efecto

1.5. Análisis crítico

El desconocimiento sobre la memoria histórica cultural de la ciudad en los habitantes es evidente, dado que han sido pocos los esfuerzos por parte de las diferentes entidades en difundir la cultura histórica de Ambato, si bien es cierto en los museos, quintas, en sus monumentos cuentan con información histórica de la ciudad, sin embargo no establecen un sistema en el que las personas puedan informarse de manera atractiva, directa y permanente sobre aspectos importantes, como la historia gastronómica, sus lugares emblemáticos, sus símbolos identitarios, el origen entre otros. Además, el avance tecnológico, la aceleración económica y la rapidez en la transmisión en los medios de comunicación, han generado cambios en la cultura de la ciudad.

Es así que la gran influencia de la globalización en la sociedad actual ha afectado en el deterioro de los saberes culturales y el conocimiento histórico, por traer consigo preferencias de otras naciones que desvalorizan su propia identidad.

La difusión cultural histórica de un pueblo es fundamental, puesto que enriquece a la ciudad y nos hace ser únicos, dando a conocer todo aquello que ha marcado a la sociedad, mismos que deben ser perennes en las nuevas y futuras generaciones. Sin embargo el interés de los ciudadanos por conocer su propia identidad ha ido perdiendo valor e importancia, puesto que no se da a conocer de algún modo, como surgen sus costumbres, tradiciones, de allí la importancia de dar a conocer para así mantener viva la cultura, construyendo una imagen positiva para las generaciones actuales.

La cultura no se desarrolla por sí misma, sino en conjunto mediante el intercambio de experiencias entre los individuos, dando un sentido a lo que los rodea, cultivando un sistema de conceptos y valores lo cual conlleva al desarrollo de la humanidad.

Es necesario la difusión cultural del pueblo Ambateño, donde los mismos habitantes sean los protagonistas de una propuesta en el que se difunda información auténtica del comportamiento, de las tradiciones, enfatizando sus raíces, conociendo a fondo el nacimiento y desarrollo de la ciudad de una manera espontánea y creativa, logrando su atención.

Ahora bien, el recorte de presupuesto según una publicación de El Comercio, no ha sido beneficioso para los presidentes de los Núcleos de la Casa de la Cultura de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar, Morona Santiago y Pastaza, quienes se reunieron en Ambato para analizar esta situación que desfavorece y afecta a la realización y apoyo de espectáculos públicos, que brindaba la Casa de la Cultura a gestores, otros rubros como publicidad, material de oficina e impresión de libros también serán recortados, (El Comercio, 2016).

Germán Calvache, quien fue presidente de la Casa de la Cultura Núcleo de Tungurahua hasta el presente año, afirma que esperaban una reducción al presupuesto, pero que les tomó por sorpresa el monto del recorte. “Se ha reducido el presupuesto en alrededor del 25% a todos los núcleos que aquí estamos, lo cual va a afectar negativamente en las actividades que se realizaban en cada provincia, seguramente esto ha ocurrido por la reducción del precio del petróleo”, afirma. Según Calvache, en Tungurahua el presupuesto del año pasado bordeaba los 300 mil dólares y para este año estará alrededor de los 240 mil dólares, (El Comercio, 2016).

“Un pueblo ignorante y sin cultura es un pueblo esclavizado, solamente la cultura y el anhelo de superación harán posible que emerjamos y lleguemos a un estado de gloria.” Afirma Napoleón Yáñez, presidente de la casa de la cultura núcleo de Bolívar.

1.6. Prognosis

Los jóvenes son un ente fundamental en la sociedad, con los que se puede sostener la memoria histórica y preservar la identidad cultural, mediante la intervención de los sistemas comunicacionales que ayuden a difundir información, en la cual se pretenda rescatar valores culturales, creando así una sociedad con conciencia social por proteger y defender lo que son y lo que poseen.

La sociedad moderna, cada vez más grande y compleja, depende para su supervivencia del desarrollo de métodos efectivos de auto organización y de adaptación al contexto siempre cambiante. Pues cada individuo crea una representación del pasado adecuado a sus intereses y necesidades, o quizás con el ínfimo conocimiento de la cultura, lo cual provoca que una misma sociedad no progrese con un entendimiento absoluto de acontecimientos pasados, distorsionando la historia del pueblo Ambateño.

Al no existir interés por el rescate de los aspectos histórico culturales de Ambato, se verá afectado en la valorización y apreciación de la historia por parte de los habitantes, debido a que no existirá la disposición por conocer su pasado y como producto de la desinformación generará un desequilibrio en la identidad.

Para evitar esta situación es indispensable un cambio de conciencia, se debe considerar la responsabilidad social que refleje las diversidades, tradiciones e historia que permitirán reconstruir la historia pasada vinculada con el presente.

1.7. Delimitación del objeto de investigación

- a. Campo:** Artes y humanidades
- b. Área:** Artes gráficas y audiovisuales
- c. Aspecto:** Identidad cultural
- d. Tiempo:** 2016 - 2017
- e. Espacio:** Ambato
- f. Unidades de observación:** Habitantes de la ciudad de Ambato.

1.8. Justificación

Con las nuevas tecnologías de comunicación es posible la creación de un espacio que permita a las personas conocer, interactuar y difundir de manera inmediata información, permitiendo un progreso en la difusión cultural de una sociedad, generando cambios decisivos en varios aspectos que inspiran al bienestar y crecimiento de la sociedad.

Por ello, es importante el estudio de la presente investigación, ya que se pretende aprovechar de manera responsable los espacios donde existen rasgos histórico culturales de la ciudad, de ese modo preservar su identidad y rescatar la riqueza que posee Ambato, desde sus raíces.

Si bien es cierto han existido hechos y acontecimientos culturales que han trascendido a lo largo de la historia en la ciudad de Ambato, como es el terremoto de 1949, sus grandes exponentes, festividades, lugares y acontecimientos de importancia histórica. Pero, que hay detrás de cada suceso, como surgió el jardín de la Patria?. Tales hechos requieren ser estudiados y difundidos, para que las nuevas generaciones y la

comunidad en general lo tengan presente, generando identidad y valor cultural en los habitantes de la ciudad.

La investigación en función a los sistemas comunicacionales como recurso, es factible ya que permitirá el accionar de una propuesta que aporte con la difusión de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato, de una manera acertada, transmitiendo información apropiada hacia el público, logrando captar su atención.

Por lo que es de interés la difusión de los aspectos culturales históricos, como aporte a la educación y al conocimiento, de una manera entretenida, conociendo su impacto y la aceptación de un grupo, para ello es factible presentar temas o conceptos alternativos en relación a los diferentes aspectos, exponiendo de manera objetiva, clara y accesible.

La ejecución del proyecto es en beneficio al sector vulnerable de la ciudad que requiere su atención en el rescate de los valores y la cultura de la ciudad de Ambato.

En general, la utilidad del presente proyecto es un aporte a la información y consulta para las futuras generaciones, logrando así los objetivos planteados y generando resultados con los que logre una correcta ejecución.

1.9. Objetivos

1.9.1. Objetivo general

Identificar la situación cultural de la ciudad, mediante el estudio y recopilación de información para definir un sistema comunicacional idóneo que difunda los aspectos culturales de Ambato.

1.9.2. Objetivos específicos

- Definir los aspectos culturales de la ciudad de Ambato a difundir
- Investigar los sistemas comunicacionales existentes
- Determinar un sistema comunicacional idóneo que permita la difusión de los aspectos culturales.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En relación al presente trabajo existen varios estudios relacionados con proyectos ejecutados en el país, difundidos por medio de sistemas comunicacionales, en relación a la cultura, educando, enriqueciendo e informando al ciudadano de nuevos exponentes en el arte, programas que exponen las razones por las que nuestro país es un estado plurinacional y multiétnico.

Como soporte a la presente investigación con el tema “Los sistemas comunicacionales y su relación en la difusión cultural de la ciudad de Ambato” se han encontrado como referentes los siguientes proyectos.

Trabajo titulado “Sistemas comunicacionales para informar, educar y concientizar acerca de las leyes de tránsito, dirigido para los jóvenes de la unidad educativa Picaihua” realizado por Ana Sailema, cuya investigación se orienta en la ejecución de una campaña publicitaria que informe sobre la importancia que tiene las señales de tránsito a los jóvenes de la Unidad Educativa Picaihua, donde se observó que una vez de haber hecho uso del CD Multimedia así como también de haber observado la infografía, los estudiantes ratificaron su previo conocimiento a función de las leyes de tránsito. (Sailema, 2015)

Otro de los referentes que se ha tomado para este proyecto es el trabajo de investigación con el tema “Diseño de un sistema comunicacional para promocionar los recursos y atractivos turísticos que posee la ciudad de arenillas” el cual como parte del sistema comunicacional realizó la creación de un manual de imagen corporativa (marca), complementando a las piezas graficas que desarrolló las cuales dieron a conocer los recursos y atractivos turísticos. (Salgado, 2014)

Uno de los proyectos más sobresalientes que se han analizado para este proyecto, se vincula directamente con la difusión cultural histórica de Ambato, realizada por la universidad UNIANDES, en la cual el Historiador Dr. Jorge Ortiz, ha desarrollado productos audiovisuales en los que da a conocer la cultura de Ambato y en su gran

mayoría del Ecuador, los mismos que son difundidos en redes sociales, con mas de 30.000 visualizaciones, a su vez cuenta con DVD y libros escritos por el Historiador.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión y la Casa de Montalvo han sido los dos organismos que han promovido el desarrollo cultural en la provincia, por medio del arte musical, la danza, el teatro, el dibujo, por medio de talleres dirigidos al público. Por otra parte, el Municipio mantiene una permanente labor en publicaciones, que dan a conocer las obras de infraestructura en mejora de a imagen de la ciudad, eventos culturales, la edición y distribución gratuita de libros, revistas especializadas y periódicos, que son enfocados más que todo al ámbito social del pueblo.

2.2. Bases teóricas

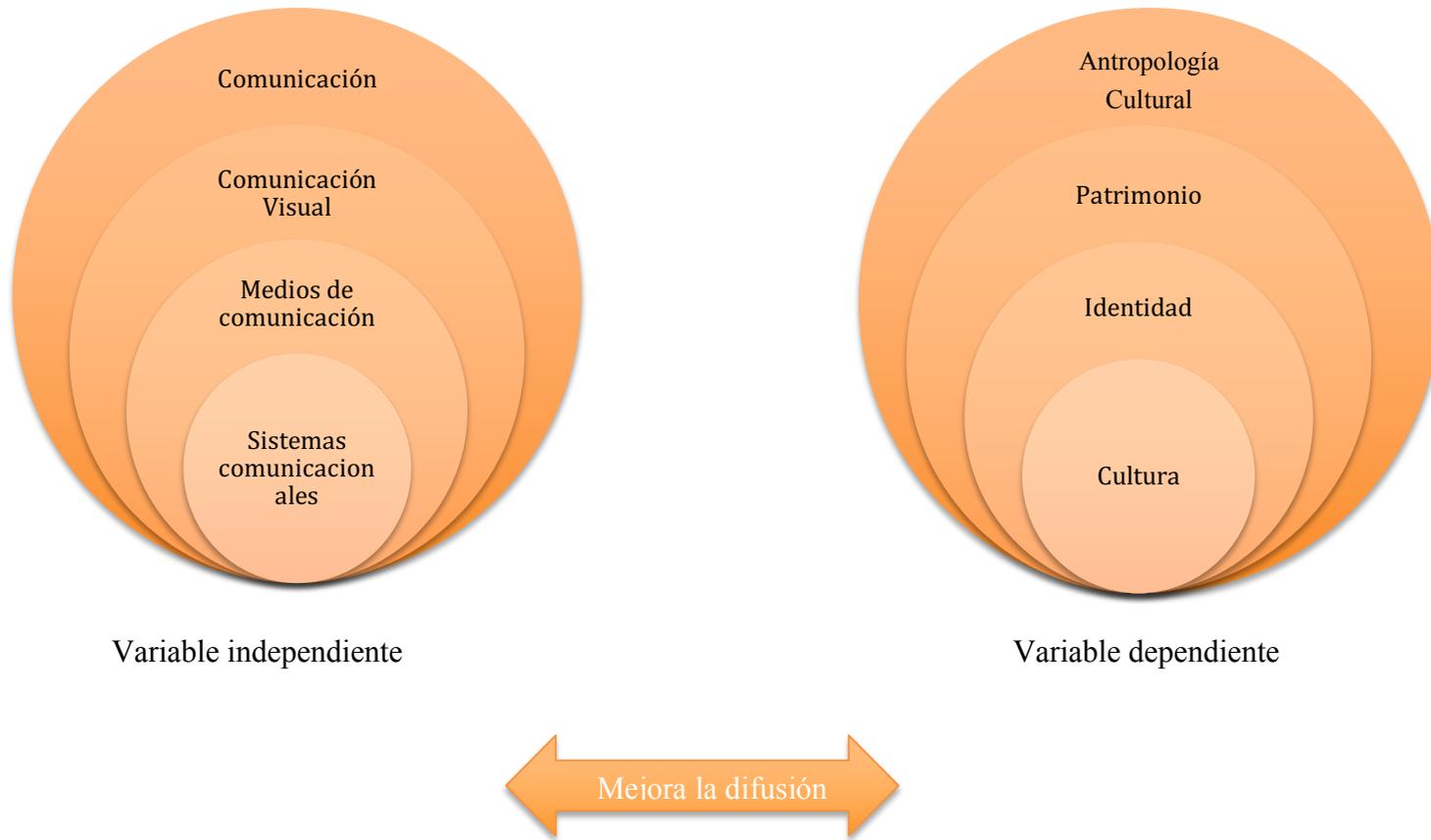


Gráfico 2. Redes Conceptuales

Constelación de ideas

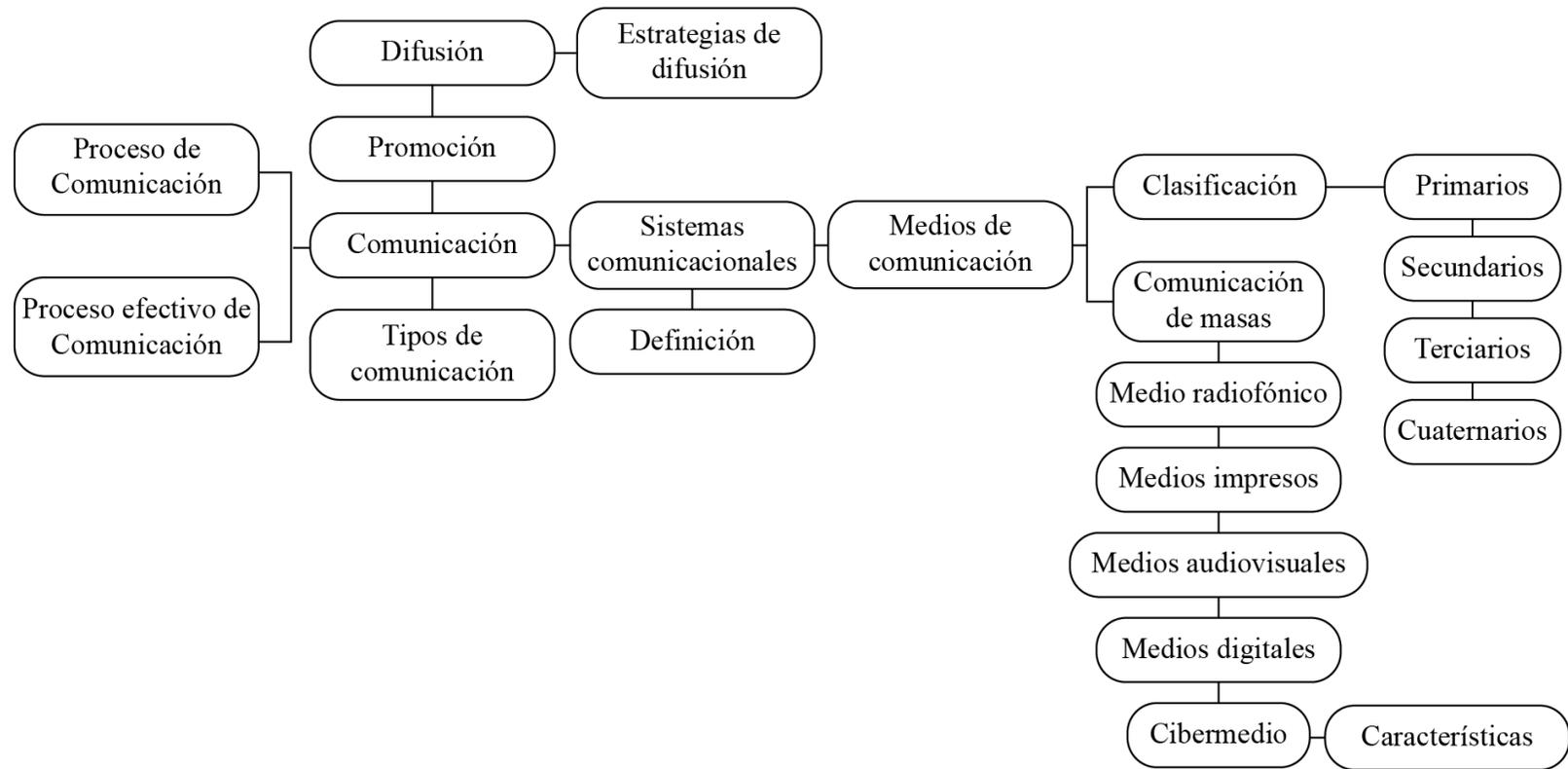


Gráfico 3. Sistemas Comunicacionales

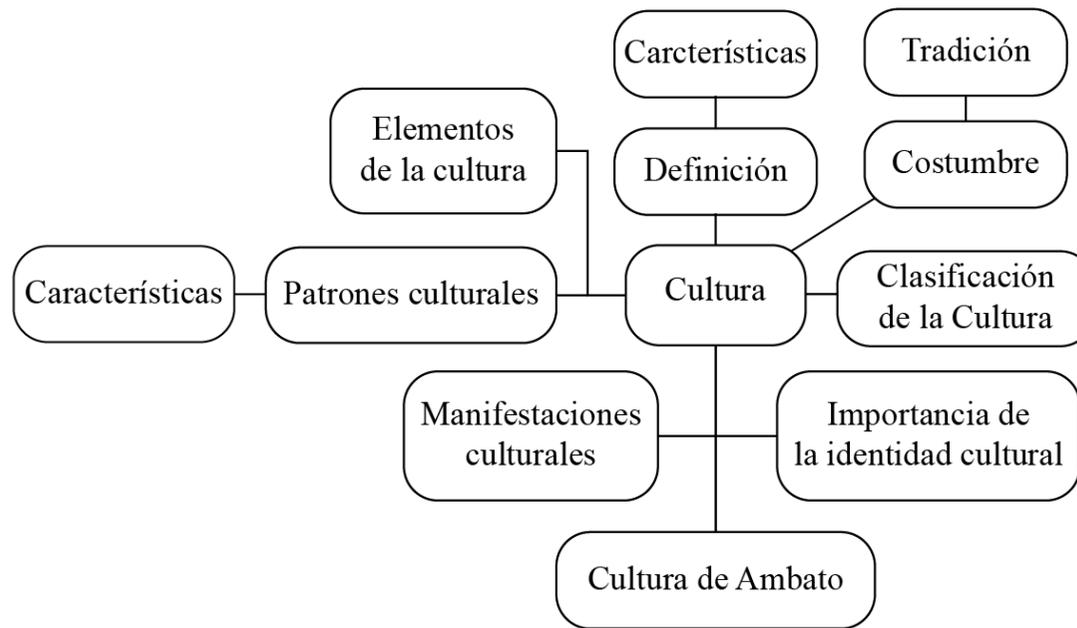


Gráfico 4. Cultura

2.3. Definiciones conceptuales

2.3.1. Sistemas comunicacionales

Es el conjunto de elementos relacionados entre sí, los cuales permiten recolectar, procesar, analizar y distribuir información, enfocados a la toma de decisiones para el desarrollo de un proyecto, (Salgado, 2014). Tomando en cuenta desde una perspectiva general un sistema comunicacional tienen una función específica, difundir información específica a un grupo determinado.

2.3.2. Medios de Comunicación

“Es todo sistema mecánico o electrónico que sirve para hacer llegar a un receptor el mensaje de un emisor”, (Beltrán y Cruces, 2010).

Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros, (Dominguez, 2012, p. 12).

Un medio de comunicación está siempre inmerso entre los individuos, ya sea para informarse, promocionar, como distracción, en fin; formando parte de nuestras vidas y haciendo que las personas actúen de una manera distinta, con modelos de conducta económica y de valores, fomentando al consumo a la participación y desarrollo.

Sin embargo una sociedad con crecimiento tecnológico desafortunadamente reduce las relaciones interpersonales y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional, es decir personas con distintos estratos sociales, niveles culturales, y modos de vida dentro de una misma sociedad.

Por lo tanto, los medios de comunicación son importantes en la investigación del proyecto puesto que, existen distintos tipos y clasificaciones que hacen único a cada medio y que requieren ser estudiados a fin de solventar la necesidad de difundir información cultural mediante el medio de comunicación más apropiado hacia los habitantes de la ciudad de Ambato.

2.3.3. Clasificación de los medios de comunicación

Los medios de comunicación son clasificados de esta manera por Harry Pross, profesor de la Universidad Libre de Berlín, científico de la comunicación, en cuanto a la última clasificación la desarrolló el científico alemán Manfred Fabler.

Los medios de comunicación primarios que viene a ser propios, son los que se expresan mediante el cuerpo, no necesitan de recursos externos para transmitir información, son considerados como un medio masivo pues cuando un grupo supera los siete integrantes forman una masa, por ejemplo un maestro, un orador, un sacerdote.

Los medios de comunicación secundarios que vienen a ser maquinas, son los que requieren de tecnología, de parte del emisor de contenidos, para la emisión del mensaje, en cuanto a los receptores no requieren de tecnología para poder tener alcance en esta categoría, por ejemplo los periódicos, folletos, revistas.

Los medios de comunicación terciarios que vienen a ser los medios electrónicos, requieren de tecnología tanto los emisores como los receptores, en este caso son la televisión, la radio, celulares.

Los medios de comunicación cuaternarios que vienen a ser los medios digitales, permiten una comunicación bilateral y masiva entre los individuos, acortan distancias, se obtiene una alta calidad de emisión y recepción de mensajes, por ejemplo los celulares, televisores HD, satelital, internet, (Dominguez, 2012, pp. 13-16).

No es posible considerar todos los medios iguales, cada uno de ellos cumple dentro del ecosistema comunicativo una función propia.

Con una sociedad más tecnológica algunas medios de comunicación se ven en algún sentido obsoletos, por lo que están en la necesidad de desarrollarse más, evolucionado para satisfacer necesidades, lo cual presenta muchas ventajas y brindan nuevas posibilidades y desafíos, se debe entender que hoy en el mundo todo se desarrolla por medio de un sistema de redes interconectadas (internet), siendo el sistema más idóneo si se trata de comunicar, informar o transmitir lo que queremos.

“El tipo de medio empleado para distribuir un diseño tendrá que haberse identificado antes en el proceso de diseño, pero la elección del medio puede presentar diferentes consideraciones que se tendrán en cuenta durante la implementación del diseño”, (Ambrose & Harris, 2013).

Es así que la funcionalidad de los diferentes medios proporciona a los diseñadores la oportunidad de dar vida a los diseños más allá de la forma convencional, esto se debe al nivel interactivo que hoy en día exige el usuario.

En los medios digitales, no siempre estarán presentes o serán aplicables los medios convencionales, como son los medios impresos, ya que se limitan las preferencias de los usuarios, en este caso no sería posible escoger el contenido que quieren recibir, guardar u organizar.

Sin embargo, cada vez más los diseños se aplican en distintos medios tradicionales y nuevos, en donde algunos parámetros y funcionalidades pueden variar, pero la necesidad del planteamiento del diseño se mantiene con un mismo fin, alcanzar una coherencia en su objetivo de transmitir un determinado mensaje a través de diferentes plataformas.

2.3.4. La comunicación de masas

Es el proceso por el que se elaboran y transmiten mensajes a grandes públicos, (Ongallo, 2007).

Los medios de comunicación se clasifican en masivos, es decir los que tiene un amplio alcance en un determinado periodo, los medios complementarios, los cuales tienen un alcance menor, como la publicidad exterior, sin embargo es muy flexible y de bajo costo y los medios alternativos, es decir los medios actuales con cierto grado de innovación, y que son más fácil de medir su impacto y aceptación, como carritos de compras, faxes, protectores de pantallas.

INNIS (1950) mira a la comunicación de masas como una prolongación de la mente humana. Los medios facilitan la comunicación entre los pueblos y entre las generaciones, actuando como soportes culturales y ejemplificadores de las sucesivas culturas de pueblos y civilizaciones.

Los medios de comunicación influyen cada vez mas en la vida de los individuos, como formadores culturales que determinan en parte nuestras costumbres, hábitos, creencias en fin, se integran en nuestras vidas como un complemento indispensable para comunicarnos. Los medios con más afluencia son la prensa, la televisión, la radio pero sobre todo el internet.

2.3.5. Medio radiofónico

Hace referencia únicamente a la transmisión de información bajo un formato sonoro.

Radio

La radio es un medio de comunicación no visual, y se pueden desarrollar a nivel nacional o regional, para la emisión de una cuña o campaña radiofónica no requiere de un alto presupuesto, al contrario, a comparación con la televisión son relativamente baratas, además permite al oyente estar en contacto en circunstancias en las que ver televisión o leer un periódico seria imposible, (Burtenshaw & Mahon, 2008).

La radio por su versatilidad, desde cualquier espacio es posible mantenernos en contacto por medio de un pequeño aparato, el cual por medio de sonidos, palabras, música, entre otros, permite al oyente crear imágenes o a su vez películas en la mente, es decir conlleva a recrear e imaginar la realidad que el emisor quiere transmitir.

2.3.6. Medios impresos

Es un industria asociada con la impresión, tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas, a través de una red de medios de comunicación. Los medios impresos incluyen todo material impreso, ya sean estos volantes, folletos, boletines, periódicos, revistas, libros, en fin, son palpables para las personas. (Kidwai, 2014) Entre algunos impresos se estudian los siguientes:

Afiches

También llamados carteles, tienen un formato variado, pero el más adecuado para publicidad es de 12 x 18 pulgadas, el material generalmente es de papel o cartón, es utilizado para campañas de promoción o marketing, es frecuente su uso por su bajo costo con respecto a otros medios impresos.

Gigantografías

Son imágenes impresas en gran tamaño, el material puede variar, sobrepasa los 100 x 70 cm, se logra una alta calidad en impresión, y pueden ser percibidas por un mayor número de personas.

Periódico

Es un medio de comunicación que tiene como objetivo informar acontecimientos relevantes a nivel nacional e internacional, contiene segmentos de entretenimiento. además de promocionar de manera directa un producto o servicio, (...) la prensa escrita está diseñada para informar a grandes masas, en tanto subsiste en la mayoría de la publicidad, (Dominguez, 2012, p. 24).

Las ventajas de un periódico es que es usado como fuente de consulta fiable, muchas empresas o personas ven al periódico como un medio de apoyo publicitario, el público que lo adquiere es variado y puede permanecer por tiempo indefinido en manos del consumidor y a su vez sirve como registro o almacenamiento histórico.

Revista

La revista es una publicación periódica que inserta información, reportajes y artículos sobre hechos o temas de actualidad, siendo este uno de los medios masivos más importantes y muy explotado dentro de la publicidad, destinados a gente de diferentes edades, géneros y estratos sociales, (Dominguez, 2012, p. 39).

Las ventajas de la revista, es su calidad de impresión y material, pueden ser destinadas a grupos específicos, con una imagen y estilo acorde al público, es decir, se pueden producir revistas con estilos personalizados o de libre diagramación, orientadas a la satisfacción de las necesidades del consumidor, por ende, su costo es más elevado.

2.3.7. Medios audiovisuales

Combinan imágenes y sonidos para transmitir un mensaje, entre los que se estudian son:

Televisión

Es un medio de comunicación de alto consumo por excelencia, se encuentra en los hogares de todo el mundo, siendo el medio fundamental para la transmisión de los conocimientos y juega un papel decisivo en la formación de la opinión pública, (Pastor, 2003, p. 117).

Siendo este un medio universal, con poder de alcance, el cual genera reacción, emoción en las personas, es un medio en el cual se llega a transmitir todo tipo de información, siendo este influyente en generación de conocimiento, lo cual hoy en día se pretende desarrollar más para concientizar sobre temas que abordan las problemáticas medioambientales y sociales que existen en la sociedad.

Internet

El internet constituye un fenómeno socio-cultural de importancia creciente, una nueva manera de entender las comunicaciones que está transformando el mundo. El internet es la mayor red de ordenadores, es adaptable a necesidades y circunstancias, (Pastor, 2003, p. 166).

El internet es el medio más completo para cualquier campaña de comunicación, se utiliza para diversas funciones, sea como herramienta de consulta, trabajo, información, publicidad, compra, venta, comunicación y sobre todo entretenimiento, en si una forma de transacción directa entre el vendedor y el consumidor, en el que se puede segmentar como también medir la aceptación o reacción del público.

El internet es una herramienta fundamental para el ser humano, muchas veces se complementan con otros medios tradicionales, para lograr interacción con el usuario.

2.3.8. Productos audiovisuales

Muchas veces se dice que una imagen vale más que mil palabras, pero indiscutiblemente un video vale mucho más, porque en comunicación, tanto las imágenes que la conforman, los sonidos, la creatividad, los movimientos son valorados por los usuarios de forma positiva, lo cual hace que interactúen, compartan, difundan el

mensaje, potenciando su virilidad, el uso del audiovisual, principalmente por medio de la red logra objetivos dentro de una estrategia.

Entre algunos formatos audiovisuales están los spot, reportajes, publrreportaje, videoclip, electronic press kit (kit de prensa electrónico), product placement (publicidad por emplazamiento) infomerciales, making of (así se hace), publicidad interactiva.

2.3.9. Medios digitales

En la década de 1980, estas “nuevas tecnologías” se han expandido rápido e intensamente, comprenden a los computadoras personales, celulares, tablets y todo tipo de artefactos tecnológicos, los cuales permiten una transmisión de información ágil llegando a miles de personas. Entre los que pueden mencionar están: los periódicos electrónicos, paginas web, blogs, redes sociales, radio, televisión digital.

2.3.10. Cibermedio

Es un medio electrónico por el cual se transmite información

Características del cibermedio

Multimedial: constituyen diferentes medios entre ellos texto, video, imágenes, sonido, poniendo a disposición del usuario varias aplicaciones tecnológicas en un solo medio.

Hipertextual: son conexiones o enlaces que llevan al usuario a mas información relacionada comprendiendo mejor el tema abordado.

Interactividad: es la mas importante, lo que trata es de tener comunicación real con los autores, por ejemplo, chat dentro de una página, foros, concursos en donde se interactúa inmediatamente con el editor.

Actualización: se trata de ampliar o mejorar los contenidos. (Herreros, 2009)

2.3.11. Comunicación visual

La comunicación visual es prácticamente todo lo que podemos observar, desde un arcoíris, una celular, cualquier objeto que llegue a comunicar, dependiendo en el lugar donde se encuentren, tienen estos un valor distintivo. Se ha diferenciado entre dos

aspectos; la comunicación visual casual y la comunicación visual intencional, en el primer caso, cualquier mensaje puede ser expresado libremente y quien lo reciba puede percibirlo a su modo, sin embargo en la intencional, quien reciba la información o mensaje, debe concebirla con el pleno significado expuesto por el emisor, (Munari, 2008).

2.3.12. Elementos de la comunicación visual

Los elementos que constituyen la comunicación visual están presentes en todo proceso de creación, siendo estos la materia prima de la información visual.

Escala: Es la relación que existe entre los elementos, los cuales pueden ser modificados para diferenciarse uno de otros.

Punto: es la unidad mas simple y más pequeña de comunicación visual, normalmente de forma circular y perceptible en cualquier superficie. El punto tiene una fuerza visual de atracción.

Textura: mediante la textura podemos reconocer y diferenciar objetos, ya sea de manera visual o táctil. Es también llamada trama, ya que la superficie puede ser modificada, generando un patrón con cualidades abstractas.

Contorno: Es una línea continua que puede curvar, definiendo y delimitando un espacio, que como resultado puede llegar a formar una figura plana y simple, los tres contornos básicos son el círculo, el cuadrado y el triangulo, dependiendo el uso que se quiera dar, estos pueden ser estáticos o dinámicos.

Color: Es una de las experiencias visuales mas penetrantes que todos tenemos en común, es percibido por el ojo humano al momento en que la luz es reflejada en una superficie, un individuo puede distinguir alrededor de 10.000 colores.

Dirección: Es la trayectoria que toma un elemento ya sea curva, diagonal, recta de forma vertical u horizontal. Cada una de las direcciones visuales tiene un fuerte significado asociativo, siendo una herramienta importante para generar mensajes visuales.

Línea: Es un conjunto de puntos conectados en el espacio, generando formas, movimientos, dirección, dependiendo lo que se quiera representar, siendo también un elemento básico y fundamental de la comunicación visual.

Movimiento: Es el elemento visual mas predominante en la experiencia humana. (Dondis, 2007)

2.3.13. Comunicación

“La comunicación, más allá del mensaje y de la información pura, transmite emociones, sensaciones y sentimientos que hacen percibir una realidad, creada, construida y producida, que muchas veces puede no corresponder con lo que se vive”, (Carpio, 2015).

Se debe tomar en cuenta que la comunicación no solo se hace entre las personas sino también con lo animales e incluso con fenómenos físicos en cuanto se produzca un intercambio de energía. Una persona comunica a otra sentimientos, ideas, experiencias, uniendo todo lo anterior da como resultado un proceso de interacción social.

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, con el avance de la tecnología la comunicación se desarrolla de manera cada vez más versátil, existen nuevas posibilidades de intercambio e interactividad, espacios en donde el receptor puede expresarse libremente, utilizando diversos medios o canales, expresando sus ideas o lo que necesite con amplia libertad.

Es así que el estudio de la comunicación es fundamental porque nos permite tener conexiones, intercambiar o transmitir información a otros individuos, teniendo visiones o significados distintos sobre los mensajes que se transmiten

2.3.14. Proceso de comunicación

El esquema más sencillo para comprender el proceso de comunicación consta de tres elementos fundamentales, emisor mensaje y receptor, pero actualmente se comprende desde un modelo más completo, donde el emisor y el receptor son intercambiables.



Gráfico 5. Proceso de comunicación

La retroalimentación es un proceso en donde el receptor recibe el mensaje, provocando una reacción la cual dará a conocer al emisor si fue o no el efecto deseado, en algunos casos puede ser alterado el mensaje para obtener mejores resultados.

Un ejemplo claro de los elementos básicos que intervienen en la comunicación es:

Mensaje: deseado que se quiere transmitir del cliente.

Emisor: diseñador.

Medio comunicativo: televisión, web, carteles, radio...

Receptor: público objetivo.

2.3.15. Proceso efectivo de comunicación

Existe un proceso que se debe seguir para lograr una comunicación efectiva con el público al que se quiere llegar.

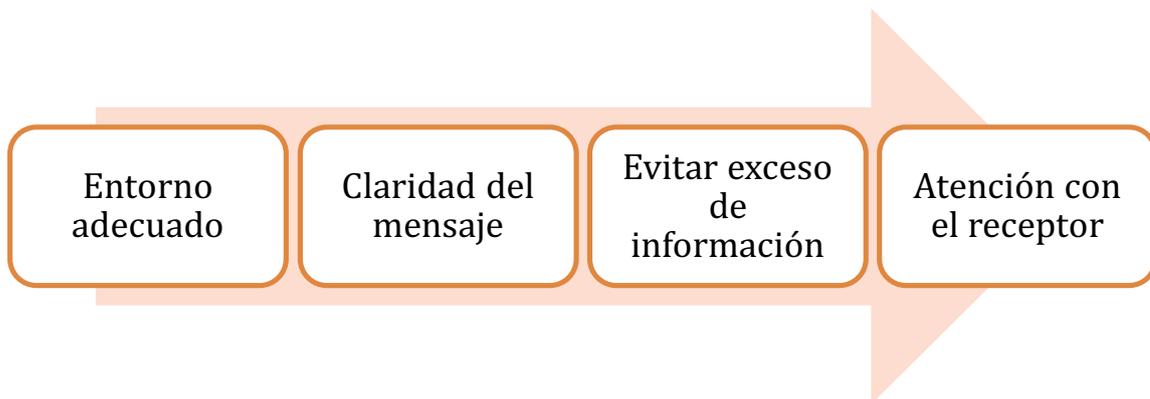


Gráfico 6. Proceso efectivo de comunicación

Establecer un entorno adecuado es decir que esté libre de elementos que distraigan al receptor, debe existir claridad en el mensaje, esto se logra manejando un mismo lenguaje, siendo este accesible y comprensible tanto para el emisor como para el receptor. Evitar exceso de información que puede distorsionar el mensaje, este debe ser lo más preciso posible, estar siempre atentos a la reacción que pueda tener el oyente, para saber en que momento se deba actualizar la información o mejorar la misma.

2.3.16. Tipos de comunicación

Una clasificación fundamental en el universo de las comunicaciones, es la relación interpersonal, es decir entre el individuo X con el individuo Y y la comunicación de difusión en la cual un solo emisor central afecta a un gran número de individuos. (Costa, 2012)

La comunicación de difusión

Un solo individuo (emisor), se expresa ante un gran numero de individuos, a través de los canales técnicos, sea la televisión, radio, internet, simultáneamente sobre millones de receptores. La comunicación de difusión es propiamente telecomunicación o acción a distancia, siendo esta unidireccional, es decir los mensajes circulan en un solo sentido. (Costa, 2012)

2.3.17. Estrategia de difusión

La estrategia de difusión permite llegar al público objetivo los mensajes claves de un proyecto o iniciativa, que apoyen al logro de los objetivos planteados. De tal manera

que se debe crear la forma más apropiada de transmitir el mensaje a partir de estudios realizados, decidir los medios y soportes ideales para llegar al máximo número posible de personas meta. (Lesur, 2009)

Características de la estrategia de difusión

- Dar a conocer los beneficios, oportunidades, de los productos, servicios, bienes que se ofrecen como parte de un proyecto
- Lograr identificación de una marca, propuesta o idea
- Establecer una conexión mas cercana con el cliente
- Diferenciarse de la competencia

2.3.18. Difusión

La difusión es un proceso de comunicación y aceptación del producto por el mercado a lo largo del tiempo. Supone dar a conocer la existencia, características y ventajas de los productos. Puede llevarse a cabo de forma verbal y personal, por medio de los vendedores de la empresa o de los propios usuarios del producto. (Pérez, 2015)

2.3.19. Promoción

Según Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la promoción como "uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información".

El Diccionario de la Real Academia Española define el término promoción como el "conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas" y en su definición más corta, la define como la "acción y efecto de promover".

Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", la promoción es "el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa".

2.3.20. Cultura

Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias, costumbres y tradiciones, (Unesco, 2017). La cultura es identidad, es el ADN de una sociedad, se relaciona con la historia, política, economía, el ambiente, es distinta en cada individuo y cada pueblo. Al transmitir cultura se transforma y enriquece al ser humano.

En antropología la cultura es una serie de patrones que son aprendidos y a la vez desarrollados por las personas. Esta tiene como fin obtener ciertos conocimientos partiendo de las experiencias que ha aprendido una comunidad.

Edward Tylor (1871) define a la cultura como “el conjunto que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.

2.3.21. Características de la cultura

Es aprendida: es decir todo lo que el ser humano es capaz de aprender, puesto que la cultura no es innata o transmitida de manera biológica, las personas aprenden desde el nacimiento, y se desarrolla a lo largo de toda la vida, su aprendizaje puede ser individual de forma empírica, mediante acierto y error, social o culturalmente, a través de la transmisión simbólica que se produce entre las personas y las generaciones.

Es adaptativa: es decir, los seres humanos viven en entornos naturales y sociales los cuales siempre van evolucionando y buscan mejorar sus condiciones, conservando elementos del pasado, como identidad. Por esta razón, los aspectos históricos poseen un peso muy importante en las culturas. (Pellón, 2003)

Es inculcada: los individuos son capaces de transmitir los hábitos aprendidos a sus descendientes por generaciones sucesivas, inculcando reiteradamente adquieren esa persistencia con el paso del tiempo.

Es social: la cultura se comparte por los seres humanos que viven en sociedades, y se mantienen uniformes por presión social, los hábitos que comparte un grupo son hábitos de cultura. (Núñez, 2009).

2.3.22. Elementos de la cultura

Existen elementos que conforman la cultura principalmente son la sociedad que se desarrolla en un determinado lugar, sin ella no habría cultura, la vestimenta y lenguaje elementales que distinguen de otras culturas y las normas.

Según Ralph Linton, (1936) antropólogo, se dividen en:

Elementos materiales: Se refiere a los aspectos tangibles de la cultura, aquellos que se pueden ver o tocar, los productos de la artesanía, vestimenta, vivienda, alimentación, industria.

Elementos Inmateriales: Se refiere a aquellos elementos intangibles como valores, creencias, tradiciones, comunicación, costumbres, entre otros.

Elementos psíquicos: los conocimientos, emociones, las actitudes y los valores de que participan los miembros de una sociedad.

2.3.23. Clasificación de cultura

Tomando en cuenta desde su concepto existen:

Tópica: Es el conjunto de ideas, pensamientos, que se han ido generando en base al desarrollo de las facultades intelectuales mediante el estudio.

Histórica: Es un estudio de modo concreto y peculiar en que una sociedad se relaciona con el pasado. Un proceso dinámico de diálogo social, por el que se difunden, se negocian y se discuten interpretaciones del pasado.

Por lo tanto la cultura histórica de una sociedad abarca múltiples enfoques, que procuran imponerse socialmente.

Mental: Cuando se inculcan valores, hábitos, costumbres en la mente de las personas, generando conocimiento.

Social: Se refiere a los valores, hábitos que se nos infunden, como el respeto a todo ser que nos rodea, al medio ambiente, logrando un mejor desenvolvimiento dentro de la sociedad y así vivir en un espacio de paz y armonía. (Schwanitz, 2002)

2.3.24. Cultural en Ambato

Capital de la Provincia de Tungurahua, es conocido como Cuna de los tres Juanes, Fénix del Ecuador, Tierrita Linda, Jardín del Ecuador y Ciudad de las Flores y las Frutas. Su nombre probablemente proviene de Hambatu o Jambatu que en quichua designa a un renacuajo, mismo que proviene de río Hambatu que cruza la urbe Ambato. Sus símbolos de identidad son: el escudo, la bandera e himno de la ciudad.

La ciudad de Ambato fue fundada en 1698 como Villa de Ambato, por el Capitán Antonio Clavijo, por orden de la Real Audiencia de Quito. El 12 de noviembre de 1820 Ambato logra su independencia, el 23 de julio de 1860 adquiere la categoría de provincia y el 21 de mayo de 1861 se crea como tal mediante Decreto de la Convención Nacional.

Límites

Norte: Provincia de Cotopaxi

Sur: Provincia de Chimborazo y cantones Tisaleo, Mocha, Cevallos

Este: Cantones Pillaro y Pelileo

Oeste: Provincia de Bolívar

Extensión: 1.008,8 Km

Clima: templado seco

Temperatura: entre 12,5 y 22 C

Altitud: varía entre los 3.210 msnm y los 2.577 msnm

División política

Se divide en parroquias urbanas y rurales

Tabla No. 1.

Parroquias Ambato

Parroquias urbanas	Parroquias rurales
Atocha – Ficoa, Celiano, Monge, Huachi chico, Huachi Loreto, La matriz, La Merced, La Península, Pishilata y San Fernando	Ambatillo, Atahualpa, Constantino Fernández, Cunchibamba, Huachi Grande, Izamba, Juan Benigno Vela, A. N. Marínez, Montalvo, Pasa, Picaihua, Pilahuín, Quisapincha, San Bartolomé de Pinllo, San Fernando, Santa Rosa, Totoras y Unamucho.

Entre los aspectos culturales que posee la ciudad se desglosan las más importantes:

Gastronomía

Entre los platos tradicional de la ciudad de Ambato están:

- Llapingacho
- Caldo de Gallina
- Empanadas viento
- Pan
- Caucara
- Fritada
- Guaguamama
- Tortillas de maíz
- Chocolate Ambateño
- Colada Morada
- Papas con Cuy
- Batidos de Frutas
- Mermeladas y dulces
- Helados
- Los salpicones

Costumbres y Tradiciones

- Fiesta de las Flores y las Frutas que incluye:
 - festival nacional e internacional del folklore
 - ferias del arte
 - bendición del pan
 - Ronda nocturnal
- Desfile nacional chacarero
- Fiesta de Reyes
- Fiesta de Barros
- Corpus Cristi
- Festividad El Sol de Noviembre
- Festival de Música de Vanguardia "motor de la escena musical independiente"
- Los 365 días del año se encuentra la Colada morada en Atocha.

Fiestas ancestrales

- Kuya Killa Raymi (preparación y siembra)
- Kapak Raymi (crecimiento de plantas o florecimiento)
- Pawkar Raymi (recolección de granos tiernos)
- Inti Raymi (cosecha de frutos maduros).

Personajes históricos

Tres de los referentes culturales y personajes ilustres de la ciudad, por los que se da el nombre a esta hermosa tierra como la “Cuna de los Tres Juanes”

- Juan Montalvo
- Juan León Mera
- Juan Benigno vela

Otros destacados Ambateños fueron

- Pedro Fermín Cevallos
- Luis A. Martínez.

Ambato y sus símbolos de identidad

- Historia

- Escudo
- Himno
- bandera.

Manifestaciones culturales

- Danza
- Teatro
- Pintura
- Música
- Presentaciones artísticas
- Exposiciones
- Ferias.

Lugares emblemáticos

- Catedral
- Parque Montalvo
- Parque Cevallos
- Parque 12 de Noviembre
- Medalla Milagrosa
- Iglesia de la Merced
- Museo Provincial Casa del Portal
- Colegio Bolívar
- Quinta Los Molinos
- Casa Museo Martínez Holguín
- Museo Pictórico Edmundo Martínez Mera
- Juan León Mera
- Juan Montalvo
- Jardín Botánico Atocha – La Liria
- Parque Provincial de la Familia
- Centro Cultural Pachano – Lalama
- Centro Comercial Artesanal Ambato

2.3.25. Identidad

Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia, (Molano, 2007, p. 73). Es decir que es un conjunto de elementos que hacen posible identificar, caracterizar y diferenciarse de otros pueblos. Por si solo debe decir quien es y como se identifica.

“El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior”, (Molano, 2007).

González Varas (2000) expresa que “la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”

La identidad y la cultura nos permiten caracterizarnos e identificarnos, mostrar a las personas lo que somos y de donde venimos, lo cuál nos hace ser auténticos manteniendo nuestra historia, nuestras memorias, reconociendo el pasado, con referentes que le son propios y que ayudan a construir un futuro.

2.3.26. Importancia de la Identidad Cultural

Existen varios aspectos que conllevan al desarrollo de una sociedad, en la que es importante resaltar su propia identidad, su propósito es dar sentido dentro de un pueblo, fortaleciendo sus vínculos entre las distintas generaciones, desde las más antiguas hasta las generaciones actuales, revalorando y fortaleciendo su forma de vida, sus distintas costumbres, tradiciones y manifestaciones. (Mireles, 2015)

Existen factores que constituyen la identidad cultural como son el idioma, sus costumbres, tradiciones y las creencias, las cuales se han desarrollado con el tiempo y su conservación es primordial para mantener la identidad de un pueblo.

2.3.27. Tradición

La tradición es una norma dentro de la cultura, son practicas que desarrolla un colectivo, y que va dando forma a su propia identidad que lo caracteriza de otras culturas en el mundo.

2.3.28. Costumbre

La costumbre es lo que habitualmente realiza una persona o grupos de personas, y estas pueden ir variando, dependiendo su forma de pensar, la educación o el lugar en donde se desenvuelva, estas se van difundiendo generación tras generación.

2.3.29. Patrimonio

Parte de la identidad de un grupo social está dada por su patrimonio, que es la expresión de su origen, estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso decadencia, en otras palabras, de su cultura, su memoria histórica. El patrimonio no es sinónimo de monumentos y objetos sin vida, arquitectónicos, artísticos o expuestos en un museo. El patrimonio es la identidad cultural de una comunidad y es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio, permitiendo equilibrio y cohesión social, (Molano, 2007, pp. 76-77).

De tal modo que es importante el estudio del patrimonio porque es parte fundamental de la cultura de una sociedad, en este caso Ambato que posee desde importantes monumentos así como historia, tradiciones, costumbres que hacen ser una a ciudad rica y única en el país y el mundo.

2.3.30. Patrimonio histórico cultural

El patrimonio histórico-cultural de un país, región o ciudad está constituido por todos aquellos elementos y aspectos tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región. (Fernández & Guzmán, 2004).

2.3.31. Antropología cultural

“Es el estudio de la sociedad humana y la cultura, el subcampo que describe, analiza, interpreta, y explica las similitudes y diferencias sociales y culturales.”, (Kottak, 2011, p. 10).

“La antropología debe empezar a entender la cultura desde nuevas miradas y desde la perspectiva de una estrategia conceptual que considere la potencialidad histórica de los sujetos que la construyen”, (Guerrero, 2002, p. 21).

La antropología que ha sido desde sus inicios una ciencia anclada al análisis de la tradición, debe ser vista hoy en día desde una perspectiva de lo contemporáneo para poder entender la dinámica del futuro, puesto que hoy se viven nuevos desafíos tecnológicos, grandes fenómenos, redes de comunicación, en donde los individuos desarrollan más un sentido de *tener* que de *ser*, por ello la antropología es necesaria para forjar un sentido más humano, donde se mantenga nuestra historia, tradiciones, en sí, la vida en todas sus dimensiones.

Es así que es importante el estudio de la antropología cultural, como un instrumento para comprender las diferencias y similitudes entre los individuos, para construir una sociedad igualitaria en sus relaciones culturales.

2.4. Fundamentación

2.4.1. Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta en el Proyecto de Ley Orgánica de Cultura, que menciona aspectos importantes referente a la participación y promoción de la identidad cultural, en donde los actores fundamentales son la ciudadanía con el fin fortalecer la diversidad existente en la ciudad de Ambato.

PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE CULTURA

Quito, 29 de noviembre del 2016

La Asamblea considerando que:

QUE las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la Ley, con sujeción a los principios constitucionales.

QUE el Estado reconoce y garantiza a las personas el derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.

QUE el artículo 377 de la Constitución, determina que el Sistema Nacional de Cultura, tiene como finalidad, fortalecer la identidad nacional, proteger y promover la diversidad de las manifestaciones culturales, garantizando el ejercicio pleno de los derechos culturales, (Asamblea Nacional, 2016).

LEY ORGÁNICA DE CULTURA

TÍTULO 1 DEL OBJETO, ÁMBITO, FINES Y PRINCIPIOS

Capítulo único

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

- a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen;
- b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;
- c) Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen;
- d) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor; y,

- e) Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con el ámbito de la cultura, (Asamblea Nacional, 2016).

Art. 4.- De los principios. La Ley Orgánica de Cultura responderá a los siguientes principios:

Diversidad cultural Se concibe como el ejercicio de todas las personas a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas;

Soberanía cultural Es el ejercicio legítimo del fomento y la protección de la diversidad, producción cultural y creativa nacional, la memoria social y el patrimonio cultural, frente a la amenaza que significa la circulación excluyente de contenidos culturales hegemónicos;

Cultura viva comunitaria Se promueve la cultura viva comunitaria, concebida como las expresiones artísticas y culturales que surgen de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, a partir de su cotidianidad. Es una experiencia que reconoce y potencia las identidades colectivas, el diálogo, la cooperación, la constitución de redes y la construcción comunitaria a través de la expresión de la cultura popular, (Asamblea Nacional, 2016).

Además, el artículo 3 y 4 de la ley Orgánica de Cultura, manifiesta sobre el respaldo que se tiene al momento de realizar productos u ofrecer servicios que impulsen a la construcción y fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo. Además que los habitantes defiendan y expresen libremente sus tradiciones y costumbres, como también tener acceso a las mismas.

TÍTULO II.- DE LOS DERECHOS, DEBERES Y POLÍTICAS CULTURALES

Capítulo 1.- De los derechos culturales

Art. 5.- Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:

- a) **Identidad cultural.** Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural y estética, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalia por elegir, identificarse, expresar o renunciar a una o varias comunidades culturales.
- i) **Entorno digital.** Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. Se reconoce el principio de neutralidad de la red como base para el acceso universal, asequible, irrestricto e igualitario a internet y a los contenidos que por ella circulan, (Asamblea Nacional, 2016).

El siguiente artículo se refiere a los derechos culturales que cada individuo debe sostener como identidad propia, con la ayuda de la tecnología se puede mejorar esta idea ya que por medio de un sistema permitirá conectarnos y mantener la riqueza que posee la ciudad de Ambato, a través de un producto que difunda los aspectos culturales, enriqueciendo el conocimiento de los habitantes.

TÍTULO VIII.- DEL SUBSISTEMA DE ARTES E INNOVACIÓN

Capítulo 1.- De la composición, atribuciones y conformación del Subsistema de Artes e Innovación

Art. 104.- De las obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado con las artes, la creación, las industrias culturales y creativas, y la innovación:

- a) Proteger y promover la diversidad cultural y respetar la autonomía de sus espacios de reproducción e intercambio;
- b) Apoyar el ejercicio de las profesiones, actividades y especializaciones artísticas del ámbito de la cultura;

- c) Garantizar el derecho al trabajo y reconocer todas las modalidades de trabajo en relación de dependencia o autónomas en el ámbito de la creación artística y la producción cultural;
- d) Reconocer como actores sociales productivos a todas las personas que trabajan en la creación artística y la producción cultural;
- e) Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación artística y producción cultural nacional en su diversidad;
- f) Procurar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes y servicios culturales, así como su circulación;
- g) Garantizar el derecho a difundir las expresiones culturales en el espacio público y el entorno digital;
- h) Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación inviertan, promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales; y,
- i) Las demás que se establezcan en la presente Ley y el Reglamento correspondiente, (Asamblea Nacional, 2016).

El artículo 104 es importante ya que como obligación del estado es reconocer e impulsar al desarrollo de actividades o productos que ayuden al fortaleciendo de la identidad cultural de un pueblo, lo cual se pretende proyectar en el presente proyecto, con el fin de garantizar a la ciudadanía información valiosa de su propia nación.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Objetivo 5

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

5.2. Preservar, valorar, fomentar y re significar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión.

5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas

5.4. Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva

5.5. Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

En el Plan Nacional del Buen Vivir, nos habla específicamente sobre la conservación, valoración y fortalecimiento de identidad y patrimonio en sus distintas formas, donde la ciudadanía sea partícipe de actividades que enriquezcan su propia identidad, así mismo el estado permite la comunicación cultural libre y el desarrollo de propuestas que difundan los aspectos culturales.

Art. 10.- Protección de derechos de propiedad intelectual de contenidos comunicacionales.- La propiedad intelectual y los derechos patrimoniales de los contenidos comunicacionales audiovisuales e impresos que se difunden a través de los medios de comunicación y los medios en internet, le pertenecen a la persona natural o jurídica que tenga la responsabilidad legal en la producción y comercialización de tales contenidos.

La propiedad intelectual, los derechos patrimoniales y la explotación comercial de los contenidos comunicacionales audiovisuales e impresos se realizarán con las mismas reglas que establece la Ley de Propiedad Intelectual para la creación intelectual destinada a fines comerciales.

Art. 14.- Contenidos interculturales.- Para cumplir la obligación que tienen todos los medios de comunicación de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, establecida en el Art. 36 de la Ley Orgánica de

Comunicación. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, , 2014)

En el artículo 10 de La Ley Orgánica de Comunicación establece que se debe respetar los derechos de autor en cuanto a la creación de obras o productos que se difundan en los diferentes medios de comunicación, a su vez el artículo 14 establece reglas que como difusor se debe tomar en cuenta al momento de proporcionar el contenido que se pretende publicar en televisión o cualquier medio.

2.4.2. Fundamentación axiológica

Es importante precisar que los valores dentro de una sociedad no se imponen mediante escritos, indudablemente son por factores como la educación, la familia, el entorno que los rodea, e influyen de forma negativa o positiva en su desarrollo, por lo que es importante contribuir en este caso, con el mantenimiento y fortalecimiento de los aspectos culturales, orientados a la valoración acertada de su propia identidad.

La cultura de los ciudadanos Ambateños que los caracterizan los hacen diferentes de otros pueblos, aunque se tiene distintas maneras de ser y pensar, existen comportamientos que en conjunto conllevan a ser identificados, y esos valores son los que se deben rescatar en la sociedad de acuerdo a las necesidades que requiera y aspira alcanzar.

2.4.3. Fundamentación ontológica

Toda sociedad tiene su transcendencia histórica que influye y se vinculan con el presente, a pesar de la realidad actual con las nuevas tecnologías, han existido cambios en el comportamiento, lo cual ha provocado debilitar la importancia de su propia identidad, por lo que se dispone a resolver la problemática por medio de una propuesta que difunda los aspectos culturales a través de un sistema comunicacional, el cual contribuirá al refuerzo del conocimiento de los habitantes.

2.5. Formulación de hipótesis

¿Cómo aporta la difusión de aspectos culturales a través de los sistemas comunicacionales en el fortalecimiento de la cultura de la población Ambateña?

2.6. Señalamiento de variables

Variable dependiente: Cultura

Variable independiente: Sistemas comunicacionales

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño Metodológico

Con la finalidad de obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados, se ha analizado y profundizado el estudio, mediante distintas modalidades de la investigación.

3.1.1. Enfoque de la investigación

Cuantitativo

Se considera un estudio cuantitativo ya que fueron utilizados procesos matemáticos como instrumento de medición en base a la información recolectada por medio de las encuestas y cuyos resultados determinaron importantes características que deberán ser tomados en cuenta al momento de realizar la propuesta.

Cualitativo

Se consideró un estudio mayormente cualitativo ya que permitió examinar el entorno cultural en la ciudad de Ambato, además de interactuar con el objeto de estudio y quienes lo involucran, para analizar sus antecedentes y su realidad actual, a fin de recopilar información necesaria para sustentar la investigación, conociendo cuales serían los aspectos más relevantes que deberán ser difundidos para el conocimiento del público objetivo.

3.1.2. Modalidad básica de investigación

Documental – Bibliográfico

La investigación es considerada documental-bibliográfico por que nace de un estudio previo en fuentes de consulta como libros, artículos, proyectos de comunicación y difusión, entre otras fuentes, que proporcionaron información para la elaboración y el sustento de la investigación garantizando la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación.

De campo

La investigación es considerada de campo debido a que se tomaron datos importantes en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, involucrándome directamente en el lugar de la investigación para obtener nuevos conocimientos en base a la temática planteada, en este caso, sobre el ámbito cultural se realizaron encuestas a los habitantes, con el fin de medir el conocimiento de temas relacionados con la identidad cultural, además se realizaron entrevistas al historiador Dr. Jorge Ortíz, los expertos, Lic. Silvia López, Miembro de la Casa de la Cultura, Lic. Yadira Proaño, jefa del departamento de promoción turística y cultural, quien supo manifestar sobre la escasa difusión que ha existido en cuanto a los aspectos histórico culturales de Ambato, a su vez del recorte del presupuesto.

3.1.3. Nivel o Tipo de Investigación

Exploratorio

La investigación exploratoria permitirá examinar las características del problema escogido, las necesidades y opciones de información y difusión, las cuales ayudaron a plantear posibles soluciones.

Descriptivo

La investigación de tipo descriptiva permitió conocer las situación y las características de problema planteado. Esto se ha logrado mediante la aplicación de las encuestas, entrevistas a los expertos y habitantes con lo que se logró saber el conocimiento/desconocimiento de la gente sobre la cultura, a su vez conocer si ha existido o no un sistema comunicacional que permita la difusión de cultura histórica de Ambato.

Explicativo

Por medio de técnicas e instrumentos se investigaron las razones que generaron la problemática existente, teniendo un acercamiento con expertos y personas en general, con lo que se determinó la causa que ha generado la carencia de un sistema comunicacional que difunda la cultura en la ciudad de Ambato.

Aplicada

Por medio de la información recopilada de la investigación, se analizarán los resultados con los que se desea desarrollar una propuesta que difunda por medio de un sistema comunicacional, mismo que aportará culturalmente a la ciudadanía, exaltando sus valores, costumbres y tradiciones que Ambato posee, para mejorar la identidad de los actores de la misma.

3.2. Población y muestra

Muestra

n = Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad del 95% = 1.96

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N= Población 173.415

e= Error de muestreo 0.005 (5%)

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) * 173.415}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + 173.415 (0.005)^2}$$

$$n = \frac{38416 * 0.5 * 0.5 * 173.415}{38416 * 0.5 * 0.5 + 173.415 * 0.0025}$$

$$n = \frac{166.547.766}{0.9604 + 433.5375}$$

$$n = \frac{166.547.766}{433.537.96}$$

$$n = 384$$

Siendo el número total de la población de la ciudad de Ambato 329.856 habitantes, se seleccionó un rango de edad, según el CENSO realizado por el INEC en el año 2010 “Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento” de entre 15 a 49 años de edad, siendo un total de 173,415 habitantes.

Tabla No. 2.

Población según edades de la ciudad de Ambato

De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años
15.418	15.120	14.226	13.010	11.269	10.413	9.833
16.908	14.819	13.656	11.569	10.306	8.883	7.985
32.326	29.939	27.882	24.579	21.575	19.296	17.818

Fuente: Censo de Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento, 2010

Elaborado por: INEC

Mediante el cálculo de muestra se determina que se debe realizar las encuestas a un total de 384 habitantes.

Mediante el cálculo de muestra se determina los siguientes datos.

Tabla No. 3.

Unidades de observación

Unidades de Observación	Población	Muestra
Expertos (historiador, directores de cultura) entrevista	3	3
Habitantes (encuesta)	173,415	384
Focus group	10	10

Tabla No. 5.

Variable dependiente: Cultura

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social.	Rasgos distintivos Grupo social	Costumbres Tradiciones Lengua Creencia Valores culturales Estilo de vida Trabajadores Autoridades seccionales Colaboradores Empresarios Estudiantes Familias	¿Crée que es importante difundir los distintos rasgos distintivos de la ciudad de Ambato, por medio de un sistema comunicacional? ¿Por medio de qué medio comunicacional le es más cómodo informarse de las tradiciones y costumbres de la ciudad? ¿Cuáles son los antecedentes más relevantes que usted conoce? ¿Cuál es la situación actual del presupuesto para la cultura en Ambato? ¿Usted conoce de eventos o proyectos culturales?	Técnica: Encuesta Entrevista Instrumento: Cuestionario aplicado a los habitantes de la ciudad de Ambato.

3.4. Técnicas de recolección de datos.

Para la realización del proyecto se emplearon las siguientes técnicas:

Encuesta

Las encuestas están dirigidas a los ciudadanos de Ambato, entre las edades de 15 y 49 años, el objetivo de la encuesta es para evaluar el conocimiento a cerca de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato y a su vez conocer el medio para su difusión en base a las preferencias que los resultados de las encuestas determinen.

Entrevista

En este caso los entrevistados fueron el Dr, Jorge Ortiz historiador Ilustre de la Ciudad de Ambato, la Lic. Yadira Proaño, Jefa del Departamento de Promoción Turística y Cultural, Lic. Silvia López, Miembro de la Casa de la Cultura.

El objetivo de la entrevista sirvió como aporte para el proceso de desarrollo de una propuesta, estableciendo diferentes aspectos que permitirán la ejecución de un correcto sistema comunicacional, en el cual proporcionaron información relevante como complemento y a su vez dieron a conocer otros aspectos de la situación actual.

Focus group

Las personas que participan en el focus group son profesionales en el área de diseño y expertos. El objetivo es determinar un identificador visual que aporte identidad a la propuesta, para que a su vez el público reconozca los productos que se han de desarrollar, los cuales brindarán información para el conocimiento cultural de los habitantes de la ciudad de Ambato.

3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

ENCUESTA

1. ¿Conoce usted el año en que se produjo el terremoto en la ciudad de Ambato?

Tabla No. 6.
Primera pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- 1933	0%	0
2.- 1949	45%	172
3.- 1970	5%	18
4.- 1954	12%	48
5.- Desconozco	38%	146

TOTAL	100%	384
--------------	------	-----

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

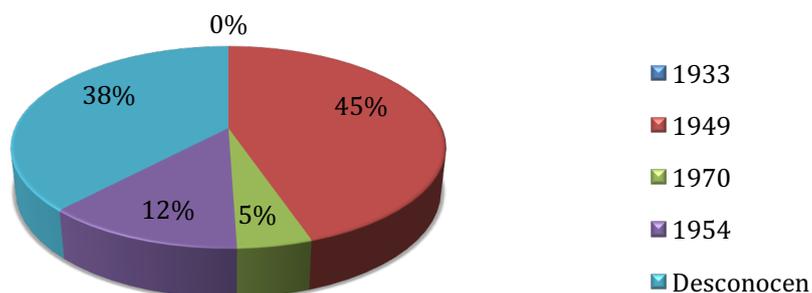


Gráfico 7. Primera pregunta

Análisis e interpretación

Se puede evidenciar que el número mayor de encuestados corresponde a los habitantes que desconocen la fecha en que se produjo el terremoto en la ciudad de Ambato, pese a que cada año se realiza La Fiesta de las Frutas y las Flores, la ciudadanía no tiene claro la fecha en que se produjo este importante acontecimiento.

2. ¿Conoce de dónde proviene el nombre de la ciudad “Ambato”?

Tabla No. 7.
Segunda pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Vocablo traído por los españoles	2%	9
2.- Pobladores Cara Quitche	2%	6
3.- Pequeño anfibio	55%	213
4.- Religioso llamado Ambato	1%	3
5.- Desconozco	40%	153
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

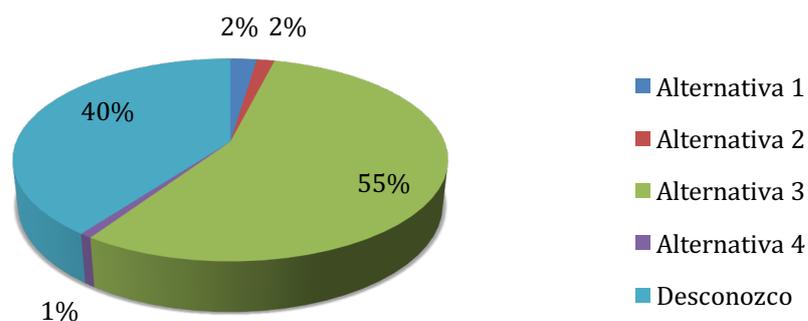


Gráfico 8. Segunda pregunta

Análisis e interpretación

Es decir que el número de encuestados que conocen de donde proviene el nombre de la ciudad de Ambato, supera con un mínimo porcentaje a los encuestados que desconocen.

3. ¿Cuál de estos elementos no pertenece al escudo de Ambato?

Tabla No. 8.
Tercera pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Cadena	1%	3
2.- Llave	15%	57
3.- Árbol	3%	12
4.- Ave	26%	102
5.- Desconozco	55%	210
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

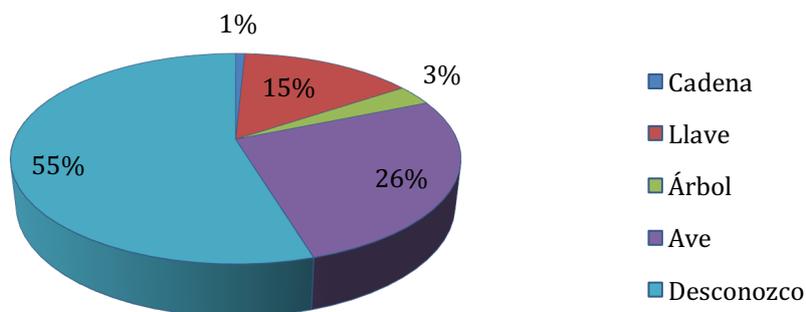


Gráfico 9. Tercera pregunta

Análisis e interpretación

Se tiene entonces un número considerable que corresponde a más del 70% de los habitantes encuestados que desconocen sobre los elementos que conforman el escudo de la ciudad de Ambato, en algunos casos los encuestados mencionaban que “no sabían que Ambato tenía escudo”.

4. ¿Conoce usted qué acontecimiento dio paso a la fiesta más importante de la ciudad de Ambato (Fiesta de las frutas y las flores)

Tabla No. 9.
Cuarta pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Erupción del Tungurahua	2%	6
2.- Batalla de independencia	1%	3
3.- Terremoto	51%	196
4.- Por la abundante producción de flores y frutas	30%	116
5.- Desconozco	16%	63
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

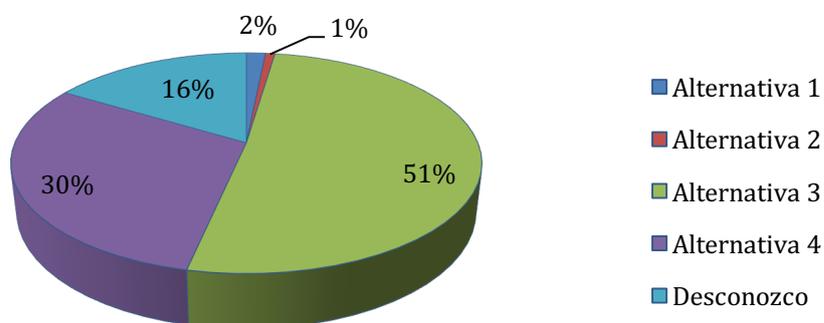


Gráfico 10. Cuarta pregunta

Análisis e interpretación

Por lo tanto, el 50% de los encuestados desconocen o tienden a confundir el acontecimiento que dio paso a la fiesta, ya que en consecuencia del terremoto la ciudad de Ambato surgió productivamente por sus frutas y flores.

5. Si es de su conocimiento seleccione el nombre completo de la catedral, símbolo arquitectónico de la ciudad de Ambato.

Tabla No. 10.
Quinta pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Basílica de los tres Juanes	3%	11
2.- Catedral de Nuestra Señora de la Elevación	29%	112
3.- Basílica catedral de Nuestra Señora de la Elevación	24%	93
4.- Desconozco	44%	168
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

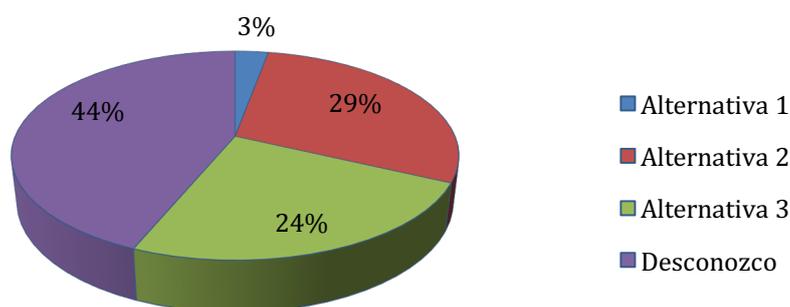


Gráfico 11. Quinta pregunta

Análisis e interpretación

Existe un número considerable de encuestados que desconocen y optaron por respuestas erróneas con más del 70%, por lo tanto la mayoría de la población desconoce el nombre completo de la catedral, cabe recalcar que la gran mayoría de personas

mientras desarrollaban la encuesta mencionaban que solo la conocían como “La Catedral”.

6. ¿Con qué frecuencia visita las Quintas existentes en la ciudad de Ambato?. Mencione la que ha visitado.

Tabla No. 11.
Sexta pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Una vez a la semana	0%	0
2.- Una vez al mes	1%	2
3.- Una vez al año	88%	339
4.- No he visitado	11%	43
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

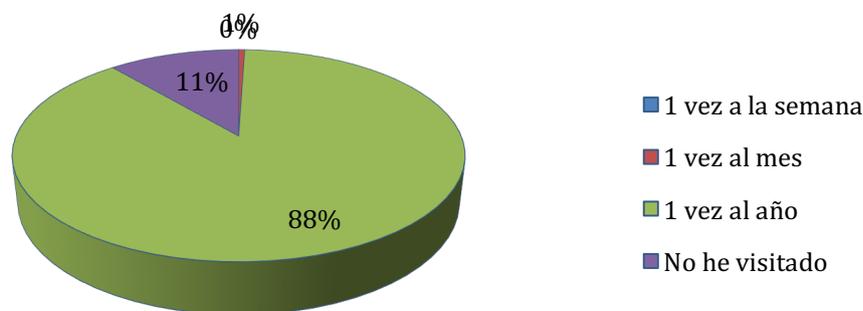


Gráfico 12. Sexta pregunta

Análisis e interpretación

Por lo tanto en su gran mayoría los habitantes de la ciudad han visitado las Quintas una vez en el año, considerando entonces que no son tan frecuentes los recorridos en las diferentes Quintas y museos de la ciudad. Entre las que han visitado mencionan que son: Juan León Mera, Montalvo, Rosario.

7. ¿En qué lugar se puede encontrar la típica colada morada los 365 días del año?.

Tabla No. 12.
Séptima pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Izamba	0%	2
2.- Atocha	95%	364
3.- Huachi	0%	0
4.- Pelileo	0%	0
5.- Desconozco	5%	18
TOTAL	100%	384

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

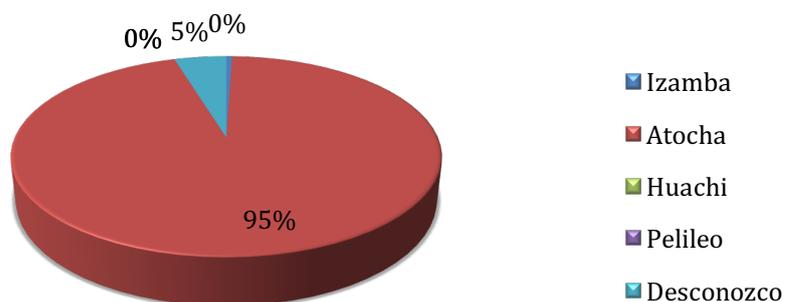


Gráfico 13. Séptima pregunta

Análisis e interpretación

Por lo tanto, se puede ver que los habitantes de la ciudad de Ambato tienen conocimiento del lugar en donde se puede encontrar la típica colada morada.

8. ¿Conoce usted de dónde proviene la palabra Llapingacho, plato típico de la ciudad de Ambato?

Tabla No. 13.
Octava pregunta

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	VALOR
1.- Descendencia española	2%	9
2.- Quichua	50%	192
3.- Los Quitu-cara	5%	18
4.- Origen Peruano	0%	0
5.- Desconozco	43%	165

TOTAL	100%	384
--------------	------	-----

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

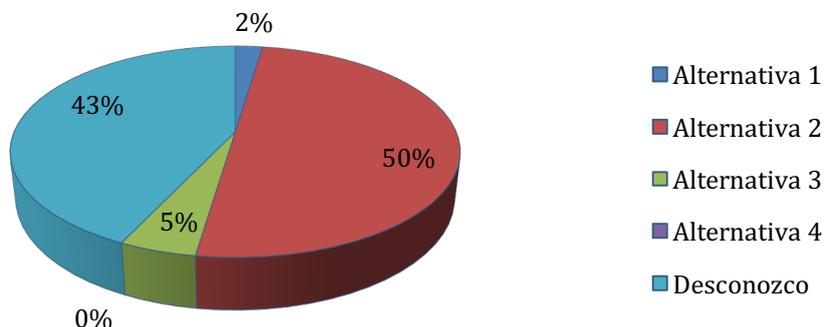


Gráfico 14. Octava pregunta

Análisis e interpretación

Siendo el llapingacho uno de los platos tradicionales de la ciudad de Ambato, y que ha llegado a ser consumido por nacionales y extranjeros, vemos que un 50% de la población de Ambato no conoce de donde proviene su nombre.

9. ¿De qué manera se ha informado usted de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato?

Tabla No. 14.
Novena pregunta

TELEVISIÓN				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	184	39	64	97
MEDIOS IMPRESOS				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	116	95	99	74
PRENSA				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	295	23	25	41
INTERNET				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4

TOTAL	71	63	55	195
--------------	----	----	----	-----

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

Análisis e interpretación

Si se hace una comparación entre los medios, notaremos que el medio por el cual se informan más de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato es el internet, puesto que por el auge de la tecnología hoy en día se puede encontrar y conectar a internet en cualquier lugar, gracias a la tecnología de punta y las redes sociales, permiten encontrar información más rápido y fácil.

10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información cultural de la ciudad de Ambato?

Tabla No. 15.
Décima pregunta

TELEVISIÓN				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	165	53	62	104
MEDIOS IMPRESOS				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	75	103	94	112
PRENSA				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	155	97	42	90
INTERNET				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	32	47	44	261

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

Análisis e interpretación

En este caso, el medio con más frecuencia de uso es el internet y por el cual las personas prefieren recibir información, el hecho radica en que es un medio versátil y de fácil acceso y manipulación para cualquier persona, siendo a su vez fundamental la información “los aspectos culturales históricos de la ciudad de Ambato”, que se pretende difundir a la ciudadanía mediante este medio.

11. ¿Cuál de los siguientes temas le gustaría profundizar para su conocimiento cultural?

Tabla No. 16.
Undécima pregunta

GASTRONOMÍA				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	7	15	68	294
ORIGEN DE LA CIUDAD DE AMBATO				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	67	97	102	118
PERSONAJES AMBATEÑOS				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	143	79	84	78
LUGARES HISTÓRICOS				
	POCO			MUCHO
OPCIÓN	1	2	3	4
TOTAL	98	115	75	96

Fuente: Encuesta dirigida a la población de Ambato

Análisis e interpretación

En cuanto a los temas que más interesa a la ciudadanía para profundizar y desarrollar en el producto en primer lugar está la gastronomía, después Ambato y sus símbolos de identidad, Los lugares y por último los personajes.

Los ciudadanos dan menos importancia a los personajes, puede ser por desconocimiento, sin embargo considero primordial brindar información de los distintos temas, con el fin de que la población tenga conocimiento de los aspectos de la cultura de su ciudad y a su vez puedan brindar información a los demás, enriqueciendo y revalorizando en los ciudadanos los aspectos relacionados con la cultura.

Conclusiones

- Entre las preguntas que se plantearon en la encuesta, mismas que ayudaron a medir el conocimiento que poseen los habitantes, es evidente que existe un desconocimiento de los temas abordados, tomando en cuenta que estos temas

son los más relevantes dentro de la cultura histórica de la ciudad, por lo que es fundamental desarrollar una propuesta comunicacional que permita profundizar y difundir, los distintos aspectos de la cultura de Ambato, con el cual se va a fortalecer y resaltar la identidad de los Ambateños.

- Se determinó también que el medio por el cual los habitantes más frecuentan y por el que les gustaría informarse es el internet.
- Mediante la determinación de las edades, se puede evidenciar que quienes más desconocen sobre los aspectos culturales son los jóvenes, pero su interés por saber las respuestas correctas, les llamaba la atención, puesto que creían necesario saber por cultura general.

ENTREVISTA

Entrevista estructurada Lic. Yadira Proaño, Jefa del Departamento de Promoción Cultural y Turística.

1. ¿Actualmente el departamento brinda apoyo o realiza proyectos para difundir la cultura histórica de los Ambateños?

Menciona que es muy poca en cuanto a la difusión histórica, prácticamente nula.

2. ¿Qué aspectos relacionados a la cultura ha podido evidenciar en los medios de comunicación?

Con muy poca difusión menciona que en el Heraldo por ejemplo, los días sábados o domingos, se publica algo relacionado a la cultura Montalvino. Por otro lado en los canales locales Unimax y Ambavision realizan promociones de algunas actividades.

3. ¿Cuál es el presupuesto que se destina para la difusión cultural?

La Lic quien forma parte del GAD dice que ellos no hablan como difusión cultural sino como promoción cultural y el presupuesto que se maneja rodea los 700.000 dólares, que involucran muchos aspectos, como mantenimiento de patrimonio, eventos como el Sol de noviembre, eventos literarios, de música, de teatro y cívicos.

4. ¿Existe el apoyo de alguna otra institución?

No existe otra institución que apoye, menciona que se está buscando a través de proyectos, fondos concursables, o fondos de cooperación internacional, que ojala lo puedan conseguir.

5. ¿Quién asigna el presupuesto para difusión cultural histórica?

No existe un presupuesto específico para difusión cultural, sino que todo se va haciendo en relación a lo que dice la ley de contratación pública, que obliga a planificar un presupuesto el cual debe ser evaluado, validado y defendido ante el concejo municipal.

6. ¿Qué medio cree usted, es más apropiado para transmitir la cultura?

Supo manifestar que depende el público con quien se quiera trabajar, ya como se sabe cada medio tiene su propio estilo.

Entrevista no estructurada a la Lic. Silvia López, Miembro de la Casa de la Cultura.

1. ¿Se difunde de alguna manera la cultura histórica de Ambato en lo que respecta en la Casa de la Cultura?

La Lic. Manifiesta que no, puesto que en la casa de la Cultura se realizan cursos, dirigidos a jóvenes a niños, de arte, música, danza clásica en sí, sin embargo no es algo que nos representa como identidad propia, menciona que ciertas actividades se van relacionando con el modernismo y no se ha retomado cosas que sean autóctonas de nuestra ciudad, menciona que “en realidad la cultura se ha degradado a nivel general, porque nuestra cultura son tradiciones, costumbres ancestrales que hemos eliminado de a poco y vamos alineando a otras cosas que no nos corresponde”.

2. ¿Qué aspectos considera usted, deben ser difundidos para fortalecer la cultura de Ambato?

Todos sus aspectos son importantes, los ilustres personajes, sus lugares, la gastronomía es cultura, Ambato es llamada la tierra las frutas y las flores, por lo que es una ciudad que produce abundante alimento, y por ende es importante resaltar su atractivo culinario.

Entrevista estructurada al Historiador, Dr. Jorge Ortíz.

1. ¿Aquí en Ambato, se difunde la cultura histórica?

Menciona que definitivamente falta mucho, puesto que se han dedicado a otras actividades en todas partes, las universidades mismo no se preocupan cuando hay que reconocer que lo fundamental para que los pueblos crezcan, se desarrollen y vivan es la cultura, menciona que “conocer la cultura, conocer la historia es conocer el pasado, quien no hace cultura esta prácticamente muerto”.

2. ¿Las instituciones de gobierno cuentan con un sistema en el que difunde su propia identidad, su propia cultura histórica de manera permanente?

El historiador mencionó que no, sin embargo cree que tal vez a través del consejo provincial, algo se ha realizado, en del departamento de cultura, las universidades como la UNIANDES y la UTA a través del departamento cultura dirigida por doña Betty Miño, hacen conocer la cultura del país, pero menciona que se necesitaría que las autoridades de gobierno, tomen cartas en el asunto, así como existen representantes para todo los ministerios, exista un representante del departamento de cultura para que haga conocer cual es la cultura de Ambato.

3. ¿Los audiovisuales que usted realiza son una propuesta personal?

Es de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, quien ha tomado en serio el humanismo, tomando a la persona como eje fundamental del desarrollo del convivir de los pueblos, y a través de esto el historiador está difundiendo la cultura, por medio de radio y televisión, pero esta gestión es de UNIANDES, además cuenta con el apoyo de Ortiz digital market, quienes se encargan de grabar y subir estos videos, que hasta la fecha se han publicado 147 videos, tratando de hacer conocer la cultura del Ecuador y Ambato.

4. ¿Cuáles son los rasgos que distinguen al Ambateño?

Menciona que son llamados los fenicios del nuevo mundo, es decir trabajadores por excelencia, produciendo cada vez mas y mejor, se tiene un buen desarrollo cultural, que lastimosamente no lo han sabido aprovechar.

5. ¿Qué lugares son los mas importantes de la ciudad?

Las quintas, de Mera, La Liria de Luis A. Martínez, de Atocha, Los molinos, el mausoleo de Juan Montalvo, museo de Edmundo Martínez Mera, Rodrigo Pachano Lalama, dignos sitios de ser visitados indiscutiblemente.

6. Las costumbres y tradiciones de los ambateños

Mencionó a la Gastronomía diciendo, “hay un dicho que dice si en Ambato, si algo no se muere es de hambre” puesto que tiene variedades para degustar todos los días de la semana, sin necesidades de ir al mejor hotel, restaurante, basta con visitar el mercado central, a su vez recalco al mejor pan, dijo “como bien lo dijo Dionisio de Alcedo, Presidente de la Real Audiencia de Quito, estuvo aquí en 1778, saboreo el pan de Ambato, y fue diciendo es el mejor pan que he saboreado en el mundo, el obispo Calama vino en 1892 y dijo que le mejor pan es el de Ambato, pero les voy a enseñar hacer unos hornos cóncavos”, un Ambato que cultiva sus costumbres culinarias, que es lo fundamental.

7. ¿Qué personajes Ambateños considera más relevantes y que han marcado la historia?

Existen mas de 167 personajes ilustres entre hombres y mujeres que han hecho la cultura del país.

8. ¿Qué elementos tangibles destaca de la ciudad de Ambato?

La iglesia de la medalla milagrosa, hecha en piedra pishilata por el padre Humberto Bruni en 1920, escuela de la providencia que queda en la Av. Cevallos, dos únicas construcciones iconos del Ambato de aquellos días, después el colegio Nacional Bolívar, lo demás la Gobernación de Ambato, todo con piedra nuestra con piedra pishilata, de no haber existido el terremoto, otra seria nuestra situación.

9. En una palabra cómo definiría a Ambato

Digna de ser vivida.

Conclusión

- Ambato posee una gran riqueza cultural, sus personajes, sus lugares dignos de ser visitados, su historia, sin embargo no es bien aprovechada, los expertos mencionan que en la ciudad no se difunde la historia cultural como tal, pero aseguran trabajar para rescatar estos valores en la ciudad y en el país.

Focus group

Tabulación y análisis de datos

Para la selección de la marca por parte de los expertos, y profesionales del área de diseño gráfico se obtuvo el siguiente resultado.

Tabla No. 17.

Selección del identificador gráfico

PROPUESTA 1	PROPUESTA 2	PROPUESTA 3
		
6 Votos	1 Voto	3 Votos

Por lo tanto, el identificador para desarrollar el sistema comunicacional es la primera opción.

Existieron mínimas consideraciones como la cromática, sin embargo aprueban el concepto que esta cumple. Se tomarán los cambios que sugieren para su presentación final, las mismas estarán establecidas dentro del manual de marca. Anexo 2

Conclusiones

- Basándose en los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas, se determina que el porcentaje de difusión histórica cultural es muy inferior al resto de categorías, referentes a la cultura, ya que las distintas entidades tienden a promocionar contenido de diferente índole, por lo que es indispensable un sistema comunicacional que difunda información de la cultura histórica de la ciudad.
- Es insuficiente la demanda de propuestas gráficas que difundan la cultura histórica de la ciudad, que puedan contribuir responsablemente a la educación de nuestra sociedad, como pretende el Plan para el Buen Vivir, en el cual se busca fortalecer la identidad nacional con contenido cultural. (Plan Nacional del Buen Vivir).
- Se conoce que los jóvenes tuvieron más dificultad en acertar las respuestas de las encuestas, pero se muestran o tienen el interés por informarse de los aspectos culturales de la ciudad.
- Se determina que las tendencias actuales, como la evolución tecnológica de las comunicaciones benefician en este caso, para difundir información hacia el público meta y en general, a través del internet.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO

4.1. Memoria descriptiva y justificativa

4.1.1. Proyecto

Tema

Diseño de un plan de estrategias para la difusión cultural histórico de la ciudad dirigido a los jóvenes Ambateños.

Justificación

Con los nuevos hábitos de consumo de información, los jóvenes constituyen hoy en día unos de los grupos sociales con más presencia activa en las redes sociales, utilizando estas plataformas como un lugar habitual en donde comparten fotos, aficiones o videos entretenidos y por supuesto la comunicación con personas en el mundo.

En un estudio realizado en la Universidad Camilo José Cela, se dice que el consumo de diarios y medios convencionales entre las personas entre 16 a 30 años, ha reducido de forma notable, adquiriendo mayor protagonismo las redes sociales a la hora de consumir información. Las razones por las que ya no se involucran a los medios son múltiples, pero sin duda la más importante es por la preferencia de otros medios o soportes, donde los jóvenes se trasladan a un entorno on-line en busca de una nueva forma de comunicarse y entretenerse, por otra parte, es la falta de interés por los contenidos que ofrecen los medios. (Yuste, 2015).

Ahora bien, con el aprovechamiento de los recursos tecnológicos digitales se determinará un sistema comunicacional, que difunda la cultura histórica de la ciudad. Con el estudio realizado previamente con respecto a la cultura, se ha reducido el campo para centrarse en cuatro aspectos culturales más valorados por los expertos e historiadores de la Ciudad de Ambato, entre ellas están la gastronomía, personajes ilustres, lugares emblemáticos y el origen de la ciudad de Ambato, que aporte al rescate cultural histórico de la ciudad.

El propósito de la investigación fue definir estrategias de difusión, instrumento que servirá para informar a los jóvenes sobre los aspectos que contemplan su historia, un pasado que es muy importante recordarlo, cultivando en ellos identidad, aumentando el sentimiento de pertenencia y a su vez concienticen sobre la riqueza cultural histórica que posee la ciudad.

Objetivos

Objetivo general

Difundir los aspectos históricos culturales de Ambato a través de un sistema comunicacional que permita informar a los jóvenes de la ciudad.

Objetivos específicos

- Enriquecer el conocimiento de los jóvenes a través de un sistema audiovisual dinámico y entretenido que busque captar la atención de los mismos.
- Lograr que el público identifique los productos audiovisuales y sus aplicaciones mediante la implementación de un sistema de identidad corporativa y medios impresos.
- Viralizar los contenidos a través de redes sociales para lograr mayor alcance con el público meta.

Público objetivo

Para determinar el público objetivo se tomaron los resultados de las encuestas, en donde se define que los jóvenes son los que tienen un menor porcentaje de conocimiento acerca de los temas planteados en las encuestas.

Por lo tanto la propuesta está dirigida a los jóvenes que corresponden a la generación Z. Debido a las discrepancias de varios especialistas en definir los puntos de inicio y finalización de esta generación se hace establecer la edad de entre 15 y 21, tomando en cuenta el análisis de la autora Newton Sarah (2011).

El número total de la población de la ciudad de Ambato es 329.856 habitantes, se seleccionó el rango de edad específico, según el CENSO realizado por el INEC en el año 2010 (INEC, 2010) “Población por grupos de edad, según provincia, cantón,

parroquia y área de empadronamiento” de entre 15 y 21 años de edad, siendo un total de 32.326 jóvenes de la ciudad de Ambato.

Características del público objetivo

- El 90% de los jóvenes de la generación Z en Ecuador se conecta a internet a través de un celular. (Universo, 2017).
- Están más abiertos a la multiculturalidad y quieren que les hablen con honestidad, asegura un estudio de la Agencia de Investigación de Mercados Kantar Millward Brown. (Millward Brown, 2017).
- Jóvenes que tienen muy arraigado todo lo involucrado a la tecnología.
- Son dependientes tecnológicos, todo encuentran y aprenden en internet, los tutoriales son la base de su conocimiento.
- Adictos a las redes sociales
- Son mucho más visuales que otras generaciones.
- Tienen un pensamiento emprendedor, consideran importante y necesario estudiar para llegar al éxito.

FODA

Tabla No. 18.

FODA

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - La entidades del gobierno, se centran en promocionar turística y culturalmente a la ciudad, por medio de eventos artísticos. - Los jóvenes desconocen de la historia cultural de la ciudad. - Poca frecuencia de visitas a quintas y bibliotecas por parte de los jóvenes. - La no priorización por parte de las autoridades locales en difundir los aspectos histórico culturales de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los guías de quintas y museos de la ciudad, además de libros en bibliotecas dan o conocer parte de la historia cultural de Ambato. - Existen redes sociales, que difunden la cultura de Ambato, a través de imágenes, videos e historia. - Ambato posee historia, cultura y tradición.
Oportunidades	Amenazas

<ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes están interesados en conocer la cultura histórica de la ciudad. - Existen historiadores en la ciudad, que buscan resaltar los aspectos culturales de Ambato. - Existe la tecnología y capacidades para desarrollar un producto audiovisual que difunda la cultura de Ambato. - Acceso a internet y manejo de redes sociales como plataformas de difusión de contenido digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Insertan otras culturas que no corresponden al medio. - Costos elevados para publicidad - No asignación de presupuesto para la difusión de los aspectos histórico culturales de la ciudad de Ambato.
---	--

4.1.2. Referencias

Un proyecto de gran aporte para la presente investigación, fue desarrollado en Chile por SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo), en el que resaltan el valor del Patrimonio Cultural, Material e Inmaterial de la región, Sernatur y el Programa FNDR “Transferencia, Desarrollo y Gestión Turística del Destino Aysén”, financiado por el Gobierno Regional de Aysén, han lanzado una campaña en Redes Sociales con el objetivo de sensibilizar a los habitantes de la región, del país y del mundo, sobre la importancia del Patrimonio Cultural y Turístico con que cuentan las diversas comunas y localidades de la región de Aysén, (SERNATUR, 2015).

A través de una fan page de Facebook y Twitter buscan acercar información de los sitios valorados patrimonialmente en la región, invitando a los cibernautas ingresar a las páginas especificadas, para compartir sus fotografías correspondientes a algún lugar patrimonial destacado. Así mismo, se han integrado testimonios en formato audiovisual de ciudadanos y actores públicos, que integran historias de vida de los habitantes de la región de Aysén. De este modo, esta campaña comunicacional releva la riqueza e historia del pueblo, el cual ha forjado su vida en la Patagonia chilena. (SERNATUR, 2015).

Además como referente se toma los resultados de las encuestas y las entrevistas, es decir que con el aporte de expertos en el área de la cultura y el diseño, además de la investigación previa a los ciudadanos, se fueron resolviendo ciertas interrogantes que

permitieron consolidar ideas para la construcción de la propuesta. En cuanto a los sistemas comunicacionales, se evidenció que no se ha desarrollado como tal un sistema que difunda la cultura histórica de Ambato, sino más bien, existe la promoción de la cultura a través de eventos públicos, talleres, exposiciones, obras artísticas, las cuales infunden cultura pero no informan sobre la procedencia de hechos que han caracterizado a la ciudad hasta la actualidad. Por lo que los expertos consideran importante resaltar los valores culturales de Ambato desde un punto de vista histórico, en donde acuerdan que entre los aspectos más valorados están, la gastronomía, los personajes, los lugares y el origen de la ciudad de Ambato.

Por otro lado se evidenció que los habitantes, en especial los jóvenes de entre 15 a 21 años de edad de la ciudad de Ambato, desconocen de ciertos aspectos culturales mencionados anteriormente, pero son quienes a su vez se muestran interesados por conocer y educarse de su propia identidad, optando por el medio más utilizado, siendo a su vez el más adecuado para transmitir este tipo de información, el internet y las redes sociales.

4.1.3. Descripción del proyecto

El sistema comunicacional, se determinó en base a un conjunto de estrategias que permitirán la difusión de los aspectos culturales de la ciudad, enfocado al público meta, donde han sido definidos los medios y soportes más idóneos para su difusión, utilizando recursos gráficos creativos, que logren captar la atención y llegar al máximo del público objetivo.

De tal manera que se diseñará un identificador gráfico bajo un concepto cultural, haciendo énfasis a la ciudad de Ambato, con el que los usuarios se sientan identificados y asocien la marca con los productos audiovisuales y los diferentes soportes y piezas gráficas que se van a desarrollar, el identificador contará con su respectivo manual de marca para el uso adecuado del mismo, donde se detallan los productos promocionales, así como también papelería corporativa, además de un manual de estilos siendo importante para regir y hacer un uso correcto en la ejecución y reproducción de los productos audiovisuales, manteniendo una misma línea gráfica y conceptualización.

Como estrategia se plantea el lanzamiento de la marca en el que se realizará publicidad Btl, material POP y el uso de internet, por lo que se crearán cuentas oficiales en las distintas redes sociales en donde los post serán publicados cada semana para brindar información oportuna, los tótem publicitarios digitales, estarán ubicados en lugares estratégicos de la ciudad, donde exista mayor afluencia de jóvenes, como centros comerciales de la ciudad, lugares donde imparten cursos y talleres de arte, como la Casa de la Cultura, los tótem brindarán información general de las temáticas y cuestionarán que tanto conocen de la cultura histórica de la ciudad por medio de sonido e imagen, contará con un código Qr, que redireccionará a la fanpage.

Se desarrollará publicidad móvil con la marca, mismo que recorrerá la zona centro de la ciudad, repartiendo a los jóvenes material POP, como llavero, imantados, lápices personalizados entre toro, estos además se les entregará mientras se realice el vox populi del reportaje, de esta manera se gana notoriedad para lograr posicionar la marca en la mente del target antes y durante la presentación y difusión de los videos.

Una vez colgados los videos en YouTube se pueden compartir fácilmente e incorporar a las diferentes redes sociales. En caso de utilizarlos se recomienda mantener el título original del vídeo, así como la descripción.

Se prestará atención a los comentarios, pedidos, sugerencias que los usuarios hagan en las redes sociales con respecto a los audiovisuales, para tratar de cumplir con las expectativas y necesidades que requieran, logrando así “likes” y a su vez sean difundidos a más personas.

Cuadro de estrategias y acciones

Tabla No. 19.

Estrategias y acciones

Objetivo: Enriquecer el conocimiento de los jóvenes a través de un producto audiovisual dinámico y entretenido que busque captar la atención del los mismos.	
Estrategias	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de producto audiovisual que informe los aspectos culturales históricos de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producir reportajes • Recolectar la información sobre la temática que se va a tratar. • Desarrollar un guion narrativo-descriptivo. • Normar estilos y plataformas a través de un manual de estilos.

Tabla No. 20.

Estrategias y acciones

Objetivo: Lograr que el público identifique los productos audiovisuales y sus aplicaciones mediante la implementación de un sistema de identidad corporativa y medios impresos.	
Estrategias	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de identidad corporativa que funcione como identificador para los productos audiovisuales • Lanzamiento de la marca 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un identificador gráfico • Normar el uso y aplicaciones de la marca a través de un manual de identidad. • Desarrollo de una fan page con el perfil correspondiente al público objetivo en facebook y twitter. • Difusión de post que expongan la marca y las temáticas que se van a ejecutar. • Desarrollo de material POP <ul style="list-style-type: none"> ✓ Llaveros ✓ Lápices ✓ Camiseta ✓ Imantados publicitarios ✓ Botones ✓ Manillas • Publicidad btl ✓ Publicidad móvil

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tótem digital ✓ Código Qr
--	--

Tabla No. 21.

Estrategias y acciones

Objetivo: Viralizar los contenidos a través de redes sociales para lograr mayor alcance con el público meta.	
Estrategias	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Generar cuentas en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir en Facebook Twitter y YouTube • Tener un convenio con administradores de páginas en Facebook, relacionados a la cultura para difundir los reportajes

Cronograma de actividades

Acciones	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño del identificador gráfico			X	X	X																											
Desarrollo del manual de marca y estilos						X	X	X																								
Creación de fan page									X																							
Publicación de post en redes sociales										X	X	X																				
Lanzamiento de marca											X	X	X	X	X																	
Aplicación de publicidad BTL (totem)												X	X	X	X	X																
Publicidad móvil														X	X	X																
Investigación del tema de							X	X																								

Presupuesto

Tabla No. 22.

Presupuesto

Desarrollo del identificador					
Medio	Tamaño	Cantidad	Descripción	Valor Uni	Valor Total
Digital Software de diseño			Diseño de marca		270.00
Manual de marca			Diseño del manual		150.00
Impresión de manual		1	Couche, corte láser, anillo	25.00	25.00
Total					445.00
Lanzamiento de marca					
Medio	Tamaño	Cantidad	Descripción	Valor Uni	Valor Total
Camisetas	S y M	300	Camisetas estampadas	10.00	3.000
Manillas		300	Caucho Pvc impresa	0,55	165.00
Botones		1000	Con diferentes diseños	0.45	450.00
Lápices		500	Serigrafía	0,60	300.00
Llaveros		300	Corte láser, mdf	0,60	180.00
Imantados		300	Impresión y corte	0,35	105.00
Totem digital publicitario		3	Pantalla digital y audio	670	2.010
Digital Social media		3 por mes	Post en redes sociales	5.00	15.00
Total					6.225
Producción Audiovisual					
Medio	Tamaño	Cantidad	Descripción	Valor Uni	Valor Total
Filmación		4 horas	Costo hora filmación	30.00	120.00
Colaboradores		3 personas	Quienes acompañen en la filmación por día	50.00	150.00
Digital Software de video		8 horas	Costo por hora de edición	50.00	400.00
Total					670.00
				Total	7.340

4.2. Memoria técnica

4.2.1. Memoria de materiales

Tabla No. 23.

Memoria de materiales

Diseño del identificador / Manual de marca	
Bocetero	Software de diseño
Lápiz	Internet
Borrador	Laptop
Impresora	
Productos audiovisuales	
Internet	Equipo fotográfico y de video
Dron	Estabilizador
Laptop	Micrófono
Software de video	Maletas para transporte de equipos

4.2.2. Características técnicas

Manual de marca y estilos

El manual sostiene un estilo minimalista, está diseñado en un formato horizontal de 21cm x 9,5cm, siendo un tamaño inusual, es versátil, y no se desperdicia material al momento de imprimir, la impresión es a un solo lado en papel couché de 150 gr. Los márgenes de cada lado corresponden a medio centímetro, únicamente el borde izquierdo es de dos centímetros ya que el manual será anillado, la cubierta será en mdf, con un grabado de la marca, dando un acabado muy profesional y estético.

Productos audiovisuales

Los video reportajes se subirán en alta resolución, 1440 píxeles: 2560 x 1440, ofreciendo mayor flexibilidad de reproducción para el público, el formato de video será .mp4, los reportajes tendrán una duración de entre 10 a 12 minutos, mientras se reproduzcan los videos se mostrará de forma permanente el identificador en la parte

inferior, en ocasiones aparecerán pestañas para proporcionar nombres, o temas, además de gráficos, textos, sonidos y al finalizar cada video, mostrará en la pantalla, la opción de seleccionar más videos publicados anteriormente.

Duración de cada temática: Un mes

Las temáticas que se van a desarrollar son:

- Gastronomía (noviembre)
- Personajes Ilustres de Ambato (diciembre)
- Lugares Históricos (enero)
- Ambato y sus símbolos de identidad (febrero)

Publicaciones

Se realizarán 2 programas por semana es decir 8 publicaciones en el mes, sacando el máximo provecho de la información que se pueda recopilar para brindar información adecuada e interesante sobre la cultura de Ambato.

Días de publicaciones: los miércoles y sábado por la mañana.

Medio de difusión: redes sociales YouTube, Facebook y Twitter.

Material POP y BTL

Llaveros

Se los realizará en mdf de 3 líneas con grabado, tendrá una diseño personalizado, haciendo referencia a los reportajes, es así que tendrán forma de micrófono, pantalla de reproducción, y la forma del perfil del identificador, además estarán grabados los iconos de las redes sociales, estará sostenido por un anillo con el que les permitirá incorporar a sus llaves o mochilas, su tamaño no pasará los 8 centímetros.

Lápices

Color blanco, en el que estará grabado el identificador y los iconos de las redes sociales, un material básico pero muy útil en cualquier instante para los jóvenes.

Camisetas

Las camisetas serán poli - algodón en color blanco, las tallas serán S y M, lucirán el estampado del identificador y los iconos de las redes sociales

Imantados publicitarios

Los imantados, serán láminas de adhesivo laminadas en material imantado, con el fin de que puedan pegarlos sobre cualquier superficie metálica y al igual que los llaveros, tendrán formas personalizadas, su tamaño no sobrepasará los 10 centímetros, en donde llevarán el diseño del identificador, los iconos de las redes sociales y mensajes que motiven a los jóvenes a conocer de su cultura.

Botones Publicitarios

Metálicos, con forma circular, mismos que llevarán el diseño del identificador y los iconos de las redes sociales, se caracterizan por tener un gancho que les permitirá incorporar en sus mochilas o bolsos, su tamaño no sobrepasa los 6 centímetros.

Manillas

Serán hechas de caucho pvc flexibles impresas, en donde estará el logo y los iconos de las redes sociales.

La mayoría de los productos publicitarios tendrán un fin primordial, y es que los jóvenes recuerden visitar las paginas oficiales para informarse de la cultura de su ciudad.

Publicidad móvil

Se realizará una rotulación con vinil automotriz, su diseño consta del identificador, un código qr que direcciona a las páginas oficiales en las redes sociales y manifiesten lo que se va realizar.

Tótem digital

Su tamaño es de 63,5 cm de ancho por 185 cm de alto, carcasa del color correspondiente a la marca , una pantalla de 42 pulgadas, con cristal de seguridad

interactivo, con opción touch para lograr una interacción con el usuario. Se promocionará el video reportaje de forma dinámica por medio de la transición de imágenes y sonidos, donde se darán a conocer las temáticas de interés que se desarrollarán, se tendrá acceso directo con la red social YouTube a través de un código qr.

Redes Sociales

La creación de páginas oficiales, se realizan de la mano con el lanzamiento de la marca, en Facebook, Twitter y una cuenta en YouTube la foto de perfil será del identificador y la foto de portada cambiará dependiendo las temáticas que se vayan ejecutando y publicando, logrando así una descripción de lo que trata y la rápida asociación con el público, estas también llevaran el identificador a demás de mensajes que incentiven a los jóvenes a informarse sobre la cultura de la ciudad, en Facebook y Twitter se colgarán los posts previo a las publicaciones de los videos.

4.3. Diseño del producto prototipo

4.3.1. Identificador visual

Diseñar la marca como parte de un sistema, es con el fin de lograr una identificación para el producto audiovisual, y los diferentes soportes que ayudarán para la difusión en los diferentes medios de comunicación.

4.3.2. Valores de la marca

Isotipo

Para la denominación del concepto y nombre del identificador a utilizar se ha determinado primeramente un elemento característico de la Ciudad, Hambatu o Jambatu, que en quichua designa a un renacuajo propio del río del mismo nombre que cruza la urbe, el mismo tiene un estilo minimalista, dejando ver lo esencial de la rana, utilizando una geometría elemental de la forma, por lo que transmite sencillez, se ha determinado este icono porque el público al verlo lo relaciona inmediatamente por ser un patrón existente y muy representativo, logrando ser memorable.

Logotipo

Se compone de un logotipo, mismo con el que logra un equilibrio de la marca, su tipografía es sencilla, se maneja un estilo limpio y moderno, es legible a la hora de reducir su tamaño y visualizarla en pantallas, el nombre “vamos culturizando” es en base a una acción, la acción de ir educando, enseñando, dando a conocer la cultura a los jóvenes.

Cromática

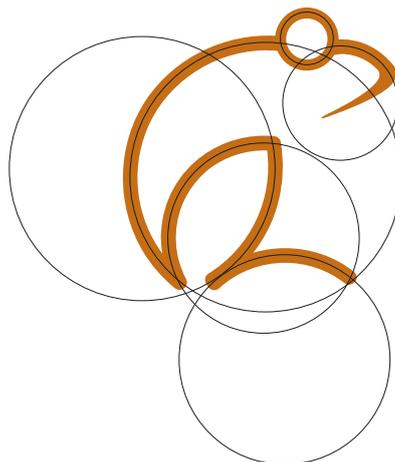
El color que se emplea en la marca es un color cálido, ocre marrón, el cual transmite naturalidad y relajación, este color juega un papel muy importante, puesto que desde la prehistoria se usaba esa tonalidad en pigmentos para obras artísticas, en el salón de pintura Luis A. Martínez, están expuestas obras utilizando este color, por lo que connota una sensación de antigüedad, es un color que a la vez representa la tierra.

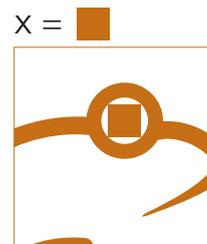
En conjunto con cada elemento, lo que se quiere representar es la modernidad representada en sus trazos y en el nombre y por otra parte con un toque antiguo representado en la cromática.

4.3.3. Manual de marca

Es estrictamente normativo y se constituye como un instrumento guía para la correcta aplicación de la marca de acuerdo a un sistema visual. Así como también un material de consulta que oriente en las restricciones del uso en algunas piezas o situaciones.

Construcción de la marca





Tipografía

U.S. 101

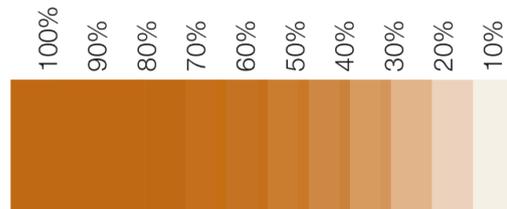
Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Cromática



C:18 M:62 Y:100 K:7
R:196 G:109 B:20



Tonalidades

Variante del identificador

Versión horizontal



Versión cromática

Positivo / Negativo / B/N / Video

Versión Positivo



Versión B/N



Versión Negativo



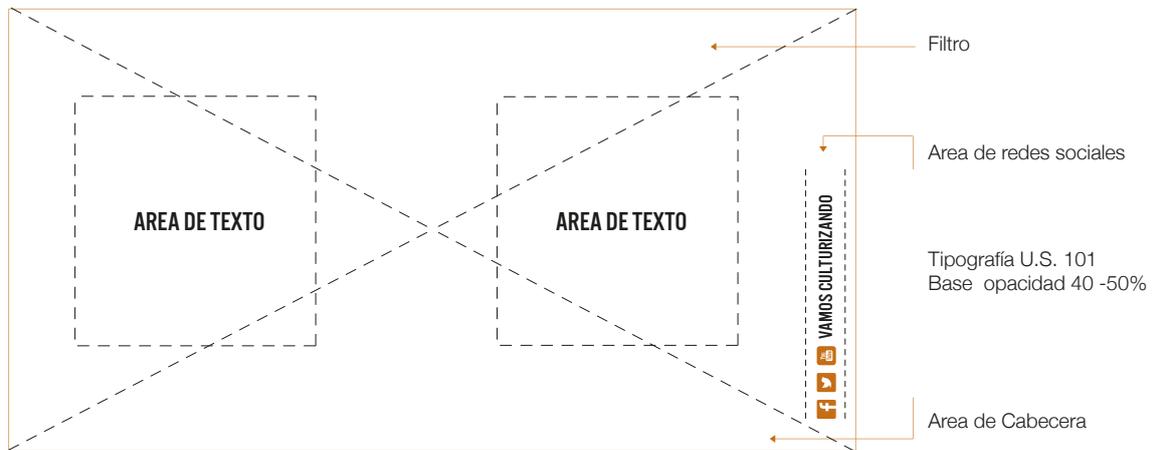
Versión para video



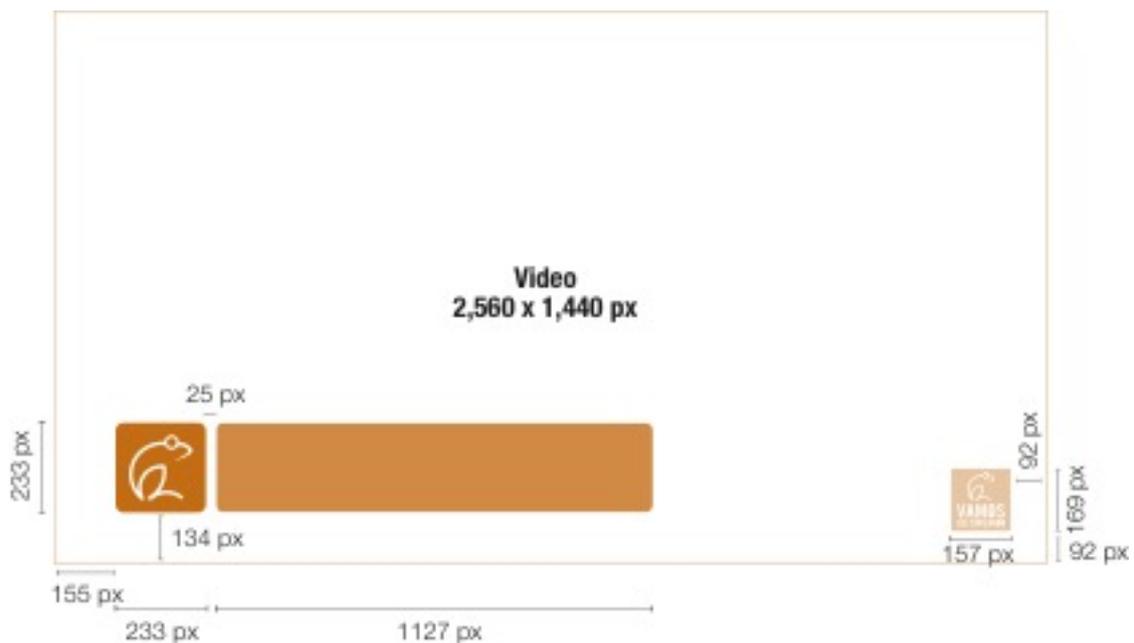
4.3.4. Manual de estilos

En el manual de estilos se especifican las normas de acción y de trabajo para las tareas a realizar dentro del proyecto, con el fin de proporcionar uniformidad, coherencia en el estilo y formato

Post / Redes sociales



Video / Reportaje



(los demás elementos pueden ser vistos en el manual físico o el archivo que se encuentra en el cd).

4.3.5. Reportaje

Para el desarrollo de los videos reportaje, se realizará por etapas.

Tabla No. 24.

Etapas para el desarrollo de reportajes

Etapas	Objetivos	Actividad	Recursos
Diagnóstico	Recolectar información del aspecto cultural a tratar	Analizar y seleccionar la información que se va a difundir	Historiador Computador Internet Libros
Planificación	Organizar la información recolectada	Destacar los aspectos que se van a informar	Computador Internet
Ejecución	Desarrollar los productos audiovisuales	Producir los reportajes para su posterior edición	Equipo técnico

4.3.6. Video Reportaje piloto

Temática: Gastronomía

Llapingacho

Su origen

El origen de los llapingachos se le atribuye a los indígenas Salasacas de la provincia de Tungurahua. El nombre tan original de este plato parece provenir de la palabra “llapingue” que en kichwa significa “aplastado” y “gacho” “frito”.

La papa, originaria de la región andina, fue uno de los grandes descubrimientos del nuevo mundo a comienzos del año 1500, en la época de la conquista y ayudó a combatir y a salvar de las grandes hambrunas al Viejo Continente. (Ministerio de turismo, 2013).

El llapingachos es un plato que inicialmente lo consumían personas de los páramos serranos porque la papa es un alimento altamente energético para altitudes extremas.

Al pasar el tiempo lo complementaron con otros elementos gastronómicos como el chorizo, que los ambateños lo elaboraban en su propia casa y el aguacate acompañado de lechuga y un huevo frito, (La Hora, 2012) después de consumir los llapingachos se bebe una rica chicha de avena cocinada con cáscara de piña o, en su lugar, un jugo de naranjilla enfriado con cubos de hielo.

El tradicional plato Ambateño se vendía inicialmente en las calles 10 de agosto, actualmente en la Av. Cevallos, el corazón económico de la ciudad, hacía los años 1900; y en 1949 después del terremoto, el llapingacho sirvió como carta de presentación, como plato insignia de la gastronomía Ambateña.

El mercado Central de Ambato es la ‘hueca’ más conocida por ambateños y ecuatorianos, cuando de comer este platillo se trata.

Este sería el famoso llapingachos de los Ambateños, por algún tiempo, único plato ecuatoriano que aparecía en recetarios internacionales.

Valor nutricional

Contiene, carbohidratos (papa), proteínas (chorizo y huevo), grasas naturales (aguacate y maní). Equilibrado con la presencia de hortalizas, legumbres y vegetales, convirtiéndolo en un plato nutricionalmente completo.

Nombre del programa: Vamos Culturizando

Lema: Recordar, es vivir.

Mensaje: Infórmate para fortalecer nuestro legado cultural.

Tono: Entretenido, divertido, jovial

Narrativa: Dinámica

Formato

Video Reportaje, VAMOS CULTURIZANDO, es la marca que se crea para el desarrollo de video reportajes, los cuales tratarán de temas a cerca de las aspectos culturales seleccionadas (gastronomía, Ambato y sus símbolos de identidad, personajes

ilustres de Ambato y lugares históricos) en un enfoque histórico, en donde tendrán participación los jóvenes y el historiador quien ilustrará con su conocimiento sobre el tema planteado.

Música

Se hará uso de música de fondo variada de acuerdo a las escenas, entre ellas: rock latino, jazz y música contemporánea, logrando un ambiente atractivo y dinámico dentro del programa para los jóvenes.

Además se utilizará música en ocasiones especiales, cuando se quiera enfatizar circunstancias graciosas, dependiendo las necesidades, puede ser música nacional o música característica de alguna película.

Transiciones

Las transiciones entre las escenas serán con cortinas de la animación del logo en algunos casos y en otras corte en seco.

Efectos

- Se utilizarán efectos de sonidos (loops), para enfatizar acciones o expresiones en el reportaje.

Planos

Los planos que se usarán son variados, desde un plano detalle, hasta un plan general.

Movimientos de cámara

Los movimientos serán externos, es decir que la cámara se moverá constantemente mientras se realiza el reportaje, tendrá un movimiento interno, es decir que los personajes tienen movimientos dentro del cuadro, además de paneos, tilt, zoom, generando dinamismo, con lo que se logrará para el espectador un video entretenido durante el reportaje.

Dentro de las piezas gráficas para diseñar están:

- Viñetas

- Animación del identificador
- Créditos

4.3.7. Estructura del video reportaje

Cada uno de los reportajes responderá a la misma estructura

- **Inicio:** Se mostrarán tomas del programa que ya hayan sido ejecutadas anteriormente.
- **Saludo:** Explicar de que va a tratar el reportaje
- **Vox Populi:** Realizadas a los jóvenes y público que se encuentren en el lugar, acerca del tema tratado.
- **Visita del lugar:** Nos dirigimos al lugar donde se realiza la actividad concreta del tema tratado.
- **Entrevista:** Se realizará la entrevista al historiador, quien brindará su conocimiento del tema tratado.
- **Despedida:** Dejando saber las páginas en las que pueden seguir
- **Créditos:** Quienes colaboraron

Las variaciones serán desde el punto de vista de la dinámica, la narrativa, el tema a tratar y los distintos espacios en donde se va a desarrollar el reportaje.

Duración: 10 a 15 minutos

Recursos humanos

- Reportera
- Historiador
- Guionista
- Diseñador
- Voz en off
- Entrevistados
- Camarógrafo
- Sonidista

Descripción reportero/a:

- Usará ropa informal
- Tendrá una actitud fresca, abierta y jovial
- Usará un lenguaje simple y divertido.
- Estará en constante movimiento mientras habla
- Usará un micrófono alámbrico que tendrá el logo del programa.

Reseña del historiador:

- Personaje ilustre de la ciudad de Ambato, Dr. Jorge Ortiz, docente de la UNIADES, se dedica a la docencia e investigación y que con su labor a realizado aportes importantes para la cultura del país, siendo en Ambato un ilustre historiador.

Recursos técnicos

- Equipo fotográfico y de video
- Estabilizador
- Micrófono

Target

Jóvenes hombres y mujeres que comprenden la edad entre 15 a 21 años de la ciudad.

Enfoque de reportaje

De Interés humano

Investigación

Opinión

Investigación del tema elegido

Platos típico Llapingacho

Historia

Espacios y escenarios

Escenario de apertura y vox populí: plazas centrales de la ciudad.

Lugar del reportaje

Dependerá del tema a tratar, por ejemplo, como video reportaje piloto se desarrollará bajo la temática de la gastronomía, en este caso el lugar será. El Mercado Central, ubicado en la zona centro de la ciudad.

Escenario para entrevista

Universidad Autónoma de los Andes, (lugar donde nos da la apertura el Dr. Jorge Ortiz.)

4.3.8. Guion Narrativo - Descriptivo

Inicio (30seg)

Empieza con el intro del programa, y a continuación se presenta el logo en animación, seguido de varias tomas que se realizarán en lugares de la zona centro de ambato, como el mercado central y plazas, en las cuales aparecerá la presentadora.

Saludo (40seg)

La presentadora dará inicio al programa en la plaza Montalvo, tomará el micrófono con el que va a dar paso al programa. Iniciará con una bienvenida dando una breve introducción del tema que se va a tratar.

Hola, que tal amigos, me encuentro en la ciudad de Ambato, tierrita linda, y esta vez vamos a conocer una pequeñísima parte de lo que ofrece la gastronomía de Ambato, estamos hablando de algo que mas o menos rima con chorizo, ensalada, aguacate, tortilla de papa, que más es? A y el huevo frito! No puede faltar, mas o menos les suena? averigüemos más afondo sobre este tradicional plato, pero antes conozcamos que tanto conocen y su opinión de algunas personas sobre este suculento platillo. Esto es vamos culturizando.

De inmediato la presentadora sale de la toma dejando ver el fondo y se hará un corte con la cortina del logo animado.

Vox Populi (3min)

Dando paso a una nueva escena donde se dará apertura a diferentes personas con sus opiniones a cerca del tradicional plato Llapingacho (vox populi). Aquí aparecerá la presentadora realizando diversas preguntas.

Las preguntas que se realizarán serán improvisadas de acuerdo a lo que respondan, por lo que las preguntas directrices serán:

- *¿Te gusta el llapingacho?*
- *Además de la papa y el aguacate ¿cuál es el ingrediente que más te gusta?*
- *¿Qué ingrediente no puede faltar en el llapingacho?*
- *¿Hace cuánto te pegaste un llapingacho?*
- *¿Con quién te has pegado un llapingacho?*
- *¿Cuál es tu hueca para pegarte el llapingacho y de quien?*
- *¿Conoces de dónde proviene el nombre llapingacho? ¿Su origen?*
- *¿Si le invitarías a tu pelada un llapingacho?*

Aparición cortina – transición logo entre el vox populi

Visita del lugar (3min)

Posteriormente la presentadora da paso al lugar donde realizan los llapingachos, por lo que le acompañará a una de las vendedoras de este tradicional plato en el mercado central a quien dará una bienvenida corta a la cocinera, quien presentará el plato y empezará a realizar una pequeña entrevista.

Para los cuales se ha generado un bloque de preguntas que se las irá haciendo conforme transcurra la entrevista, a continuación se presentan las preguntas pautadas.

Aparición cortina – transición logo

Cuál es su nombre? vamos a conocer más cerca al este delicioso plato Ambateño, me gustaría que se presente.

- *¿Desde cuándo prepara este delicioso plato?*

- *¿Usted que a preparado durante ese tiempo, puede decirme si ha cambiado el plato, a evolucionado.?*
- *¿Cuántos ingredientes contiene el Llapingacho?*
- *¿Le gusta el Llapingacho?*
- *¿Por qué es famosos el Llapingacho?*
- *¿Sabe de dónde proviene la palabra Llapingacho?*
- *¿A qué personaje ha tenido el gusto de brindarle un llapingacho?*
- *¿Cómo ofrece usted el plato a los comensales?*
- *¿Qué precio tiene este delicioso plato?*

Durante el reportaje se irá añadiendo algunos sonidos, slow motion, fast motion, cuando se quiera resaltar alguna duda, algo gracioso o asombroso, todo esto se editará en post producción para darle dinamismo a la entrevista.

El programa continua cuando la presentadora termina la entrevista y decide aventurarse para hacer probar el delicioso Llapingacho.

Señora permítame preparar un llapingacho, pero si me deja servirlo con el amor que usted también le pone, antes podría darme las pautas para intentar hacer lo mejor, y de ahí lo hago sola. Listo?

Durante la práctica se utilizará fast motion y sonido de fondo, para darle dinamismo.

Estoy lista, espero salga todo bien, como dicen siempre habrá una primera vez, preparemos!

Aparición cortina – transición logo

Durante la actividad de las tomas de la presentadora junto con la cocinera, se incluirá música de fondo.

Aparición cortina – transición logo

Entrevista (2min)

Finalmente nuestra presentadora dará pasó a la entrevista con el historiador.

Muy agradable hemos pasado el día de hoy, pero llegó el momento preciso, saber que mismo con el llapingacho, con el apoyo del Doc. Jorge Ortiz, quien nos hablará sobre la historia de este plato tradicional.

De igual manera se realizarán preguntas:

- *¿Quisiéramos que nos diga de donde proviene el nombre llapingacho y qué significa?*
- *¿En dónde se inicio la venta del llapingacho.?*
- *¿Desde cuándo la hueca oficial es el mercado central?*
- *¿La presentación del platillo ha cambiado con le paso de los años?*
- *¿Nos puede hablar algo de la historia de cómo surge este famoso platillo?*
- *¿Por qué llegó a ser tradicional en Ambato?*
- *¿Usted cree importante que los jóvenes tengan en cuenta estos datos históricos de la gastronomía de la ciudad?*

Despedida (30seg)

Se despide del programa, la presentadora recibirá el micrófono y procede con la despedida señalando a sus laterales las redes sociales.

Bueno amigos, lamento decirles pero el programa ha llegado a su fin, espero que les haya entretenido un poco, y de lo que aprendieron hoy, coméntale a tu pana, y así fortalecemos ese sentido de amor y pertenencia por la tierrita linda, que tiene tanto por ofrecer, seguiremos con más programas, no se olviden de seguirnos en YouTube, Facebook y Twitter como Vamos Culturizando, hasta la próxima.

Sale de la toma

Aparición cortina – transición logo

Créditos (1min)

4.3.9. Propuesta gráfica

Audiovisual - Reportaje





Post en redes sociales – marca, producto y temáticas que se desarrollarán.



Material POP



Publicidad móvil



Totem Publicitario



CONCLUSIONES

- En la investigación se determinó que una de las estrategias más adecuadas dentro de los sistemas comunicacionales para la difusión de la cultura son los productos audiovisuales, en este caso los reportajes, debido a la riqueza del contenido, que cumplen las necesidades del público, con fácil acceso y comprensión del tema, brindando un espacio divertido, entretenido y jovial.
- La tecnología en la actualidad permite una variedad de formas de obtener y difundir información, se convierte en un medio vital para las nuevas generaciones, es especial las redes sociales, que es el entorno en el que los jóvenes hoy en día pasan más tiempo.
- El estudio y análisis previo con expertos, permitió conocer de manera clara la problemática, permitiendo desarrollar el mejor sistema para la difusión de la cultura de Ambato y de esa manera lograr resultados positivos.
- En la investigación se evidencio que los jóvenes sienten el interés por informarse de su propia cultura, pero es fundamental tomar en cuenta la manera en que se pretende llegar a dicho público, ya que las exigencias de la tecnología, así como también los gustos y preferencias de los jóvenes obligan a realizar propuestas que llamen su atención.
- Las producciones audiovisuales más consumidos por el público son las relaciondas con el entretenimiento que aporten a la educación.

RECOMENDACIONES

- Al igual que en Ambato, sería de gran valor realizar en diferentes partes del país, propuestas audiovisuales que logren resaltar los aspectos culturales históricos, haciendo un estudio previo, analizando su situación, para informar especialmente a las futuras generaciones sobre la historia que los identifica y los hace ser únicos ante los demás.
- Sería pertinente formalizar un convenio con las instituciones públicas encargadas, para que financien el proyecto y lograr continuidad con las propuestas, puesto que el beneficio es muy valioso para los ciudadanos en general y especialmente los jóvenes de la nueva generación.

BIBLIOGRAFÍA

GAD Municipalidad de Ambato. (s.f.). *Gobierno Abierto*. Obtenido de gobiernoabierto.ambato.gob.ec

Ministerio de Educación. (2013). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Ministerio de Educación: <https://educacion.gob.ec/mesas-redondas-trataron-la-importancia-de-los-programas-educativos-en-paises-latinoamericanos/>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (14 de abril de 2015). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*. Obtenido de [culturaypatrimonio: http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/programa-de-desarrollo-y-diversidad/](http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/programa-de-desarrollo-y-diversidad/)

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*. Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/funciones-atribuciones-2/>

Pazmiño, C. (3 de enero de 2017). *Andes*. Recuperado el 3 de enero de 2017, de [andes.info.ec: http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-multicolor-espacio-dar-conocer-diversidad-cultural-pais.html](http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-multicolor-espacio-dar-conocer-diversidad-cultural-pais.html)

GAD Municipalidad de Ambato. (19 de mayo de 2017). *Momentos de la rendición de cuentas 2016*. Recuperado el 24 de mayo de 2017, de <http://www.ambato.gob.ec/municipalidad-recupera-el-parque-12-de-noviembre>

Beltrán y Cruces, R. E. (2010). *Creatividad Publicitaria*. En R. E. Beltrán y Cruces, *Creatividad Publicitaria* (2ª edición ed., pág. 15). Mexico: Trillas.

Dominguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México.

Munari, B. (2008). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Carpio, S. (2015). *Arte y gestión de la producción audiovisual*. En C. Santiago, *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Bogotá, Colombia: UPC.

Unesco. (2017). *Unesco*. Recuperado el 17 de mayo de 2017, de Unesco: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera* , 7 (007), 69-84.

Kottak, C. (2011). *Antropología cultural* (14ª edición ed.). México: Mc Graw Hill.

Guerrero, P. (2002). *La Cultura Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito, Pichincha, Ecuador: Abya-Yala.

Ambrose, & Harris. (2013). *Metodología del diseño*. Badalona, España: Parramón arts y design.

Burtenshaw, k., & Mahon, N. B. (2008). *Principios de Publicidad*. Barcelona, España: Gustavo Gili, SL.

Pastor, F. (2003). *Técnico en publicidad*. Madrid, España: Cultural, S. A.

Costa, J. (2012). *El DirCom hoy*. Barcelona, España.

Pérez, D. (23 de mayo de 2015). *Elergonomista*. Obtenido de <http://www.elergonomista.com/marketing/difusion.html>

Massucco, J. (2017). *Universitat de les Illes Balears*. Obtenido de Universidad y Cultura: http://fci.uib.es/Servicios/libros/papel_digital/Massuco/Quinta-parte-UNIVERSIDAD-Y-CULTURA.cid218332

Núñez, D. (11 de mayo de 2009). *mailxmail.com*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de Estudio del hombre, biología, sociedad y cultura: <http://www.mailxmail.com/curso-estudio-hombre-biologia-sociedad-cultura/cultura-caracteristicas-componentes-contenidos>

Utreras, M. (2016). Estudio de caso sobre el Proyecto EDUCA. Quito, Pichincha, Ecuador.

Mireles, J. (21 de agosto de 2015). *Ruiz healy times*. Obtenido de <http://www.ruizhealytimes.com/cultura-para-todos/la-importancia-de-preservar-nuestra-cultura>

Romero, M. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder:
<https://www.lifeder.com/patrones-culturales/>

La Estrella de Panamá. (11 de junio de 2011). Opinión. *Patrones Culturales* .

Kidwai, M. (2014). *eHow*. Recuperado el 30 de julio de 2017, de ehowenespanol:
http://www.ehowenespanol.com/son-medios-impresos-sobre_443431/

Herreros, M. (1 de octubre de 2009). *revista comunicar*. Obtenido de
https://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/archivospdf/33/c33-2009-02-001.pdf

Lesur, L. (2009). *Publicidad y propaganda*. México: Trillas.

Asamblea Nacional. (29 de diciembre de 2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Obtenido de
Ley Orgánica de Cultura:
<http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2017/enero/LOC.pdf>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Plan Nacional Buen Vivir 2013 - 2017:
<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-5.-construir-espacios-de-encuentro-comun-y-fortalecer-la-identidad-nacional-las-identidades-diversas-la-plurinacionalidad-y-la-interculturalidad>

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, . (enero de 2014). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de
http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reglamento_General_a_la_Ley_Organica_de_Co_municacio__769_n.pdf

Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). *Buen Vivir Plan Nacional 2013 - 2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

Fernández, G., & Guzmán, A. (2004). *equiponaya*. Obtenido de
http://www.equiponaya.com.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/aldo_ramos.htm

Universo, E. (8 de febrero de 2017). El 90% de la generación Z de Ecuador se conecta a internet a través del celular.

Millward Brown. (10 de enero de 2017). *millwardbrown*. Obtenido de <http://www.millwardbrown.com/global-navigation/news/press-releases/full-release/2017/01/10/brands-get-ready---gen-z-are-growing-up-and-ready-to-challenge-says-kantar-millward-brown>

El Comercio. (24 de abril de 2017). Una exposición para difundir la cultura local.

Unesco. (octubre de 2016). *Diversidad de las expresiones culturales*. Obtenido de <http://es.unesco.org/creativity/node/10794>

El Universo. (11 de diciembre de 2015). Intercultural. *La diversidad cultural se difunde en Guayaquil a través de cuentos* .

El Comercio. (18 de junio de 2015). Tendencias. *Dos aplicaciones apuestan por la difusión cultural en Guayaquil* .

Camacho, M. (2017). *el49documental*. Obtenido de <http://www.el49documental.com/trailer.html>

Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación* (2ª edición ed.). Madrid, España: Dykinson S.L. .

Dondis, D. (2007). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Schwanitz, D. (2002). *La Cultura. Todo lo que hay que saber*. Madrid, España: Taurus.

Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud* , 179.

INEC. (2010). *Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

La Hora. (19 de febrero de 2012). *lahora.com.ec*. Obtenido de Llapingacho, la identidad del ambateño: <https://lahora.com.ec/noticia/1101286014/home>

Ministerio de turismo. (13 de enero de 2013). *Guía gastronómica de Tungurahua*. Recuperado el 30 de julio de 2017, de <https://issuu.com/direcdigital/docs/guiagastronomicag>

Ander-Egg, E. (1984). *Periodismo popular*. Buenos Aires, Argentina: Humanitas.

El Comercio. (20 de septiembre de 2016). *Preocupa baja del presupuesto cultural* .

Sailema, A. (2015). *Sistemas Comunicacionales para informar, educar y concientizar acerca de las leyes de tránsito, dirigido para los jóvenes de la unidad educativa Picaihua*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Salgado, L. (2014). *Diseño de un sistema comunicacional*. Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ambato.

Salgado, L. (2014). *Diseño de un sistema comunicacional para promocionar los recursos y atractivos turísticos que posee la ciudad de Arenillas*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.

SERNATUR. (11 de mayo de 2015). *Servicio Nacional de Turismo*. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/lanzan-campana-que-resalta-y-difunde-el-patrimonio-cultural-y-turistico-de-la-region-de-aysen/>

Pellón, E. G. (2003). *Unican*. Obtenido de Introducción a la Antropología Social y Cultural: <http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>

ANEXOS

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Diseño Arquitectura y Artes

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, la presente encuesta es con el fin de evaluar su conocimiento a cerca de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato, y a su vez medir el sistema de comunicación más óptimo para su difusión.

Género: Femenino Masculino

Edad:

Profesión:

Subraye la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Conoce usted el año en que se produjo el terremoto en la ciudad de Ambato?
 - 1.- 1933
 - 2.- 1949
 - 3.- 1970
 - 4.- 1954
 - 5.- Desconozco
2. ¿Conoce de donde proviene el nombre de la ciudad “Ambato”?
 - 1.- Vocablo traído por los españoles
 - 2.- Pobladores Cara Quitche
 - 3.- Pequeño anfibio
 - 4.- Religioso llamado Ambato
 - 5.- Desconozco
3. ¿Cuál de estos elementos no pertenece al escudo de Ambato?
 - 1.- Cadena
 - 2.- Llave
 - 3.- Árbol
 - 4.- Ave
 - 5.- Desconozco
4. ¿Conoce usted qué acontecimiento dio paso a la fiesta más importante de la ciudad de Ambato? (Fiesta de las frutas y las flores)
 - 1.- Erupción del Tungurahua
 - 2.- Batalla de independencia
 - 3.- Terremoto
 - 4.- Por la abundante producción de flores y frutas
 - 5.- Desconozco

5. Si es de su conocimiento seleccione el nombre completo de la catedral, símbolo arquitectónico de la ciudad de Ambato.
 - 1.- Basílica de los tres Juanes
 - 2.- Catedral de Nuestra Señora de la Elevación
 - 3.- Basílica catedral de Nuestra Señora de la Elevación
 - 4.- Desconozco
6. ¿Con qué frecuencia visita las Quintas existentes en la ciudad de Ambato?, mencione la que ha visitado.
 - 1.- Una vez a la semana
 - 2.- Una vez al mes
 - 3.- Una vez al año
 - 4.- No he visitado
 Cuales:
7. ¿En qué lugar se puede encontrar la típica colada morada los 365 días del año?.
 - 1.- Izamba
 - 2.- Atocha
 - 3.- Huachi
 - 4.- Pelileo
 - 5.- Desconozco
8. ¿Conoce usted de dónde proviene la palabra Llapingacho, plato típico de la ciudad de Ambato?.
 - 1.- Descendencia española
 - 2.- Quichua
 - 3.- Los quitu-cara
 - 4.- Origen Peruano
 - 5.- Desconozco

Coloque en orden de importancia o preferencia del 1 (poco) a 4 (mucho) según lo que usted crea conveniente.

9. ¿De qué manera se ha informado usted de los aspectos culturales de la ciudad de Ambato?

Televisión
Medios impresos (afiches, volantes)
Prensa
Internet
10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información cultural de la ciudad de Ambato?

Televisión
Material impreso (folletos, afiches, otros)
Prensa
Internet

11. ¿Cuál de los siguientes temas le gustaría profundizar para su conocimiento cultural?

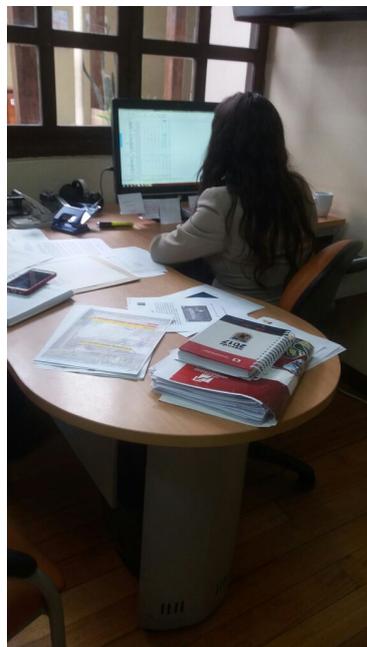
- Gastronomía (platos típicos de la ciudad)
- Ambato y sus símbolos de identidad
- Personajes
- Lugares históricos de la ciudad de Ambato

MUCHAS GRACIAS!

Entrevista Historiador Dr. Jorge Ortiz



Entrevista Lic. Yadira Proaño (no me permitió una fotografía mas acertada)



Entrevista Lic. Silvia López



Validación de la marca / Focus group



<input checked="" type="checkbox"/>				
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Carlos Pájaro
- Verónica Santillán
- + Mauricio Pérez
- * Iván Álvarez

ANDRÉS LÓPEZ
CHRISTIAN RUIZ



REPÚBLICA DEL ECUADOR
GAD MUNICIPALIDAD DE AMBATO
DESARROLLO INSTITUCIONAL Y DEL TALENTO HUMANO

DITH-16-4567
F.W. 52658 y 52659
Ambato, diciembre 09 de 2016

Doctor MS.
Carlos Quinde Mancero
Director de Cultura
Presente

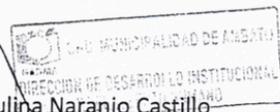
Referencia: Of. F-DAA-SD-566-2016 y F-DAA-SD-567-2016, de fecha 30 de noviembre de 2016, suscrito por el Ing. Álvaro Fernando Vargas Álvarez, Subdecano (e) Facultad de Diseño Arquitectura y Artes -UTA-
Asunto: Recopilación de información con fines académicos

Mediante oficios F-DAA-SD-566-2016 y F-DAA-SD-567-2016 de fecha 30 de noviembre de 2016, el Ing. Álvaro Fernando Vargas Álvarez, Presidente de la Unidad de Titulación Subdecano (e), de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes de la Universidad Técnica de Ambato, solicita autorice el ingreso a la Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación del GAD Municipalidad de Ambato a los señores Mary Liseth Donoso Olivo y Bryan Omar Ordóñez Mozo, estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad Técnica de Ambato, con la finalidad de recopilar información para fines netamente académicos investigativos.

Al respecto, agradeceré facilitar la información requerida conforme lo establecido en la normativa legal vigente a los señores Mary Liseth Donoso Olivo y Bryan Omar Ordóñez Mozo, estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad Técnica de Ambato, a fin de que puedan realizar su trabajo investigativo.

Particular que comunico para los fines legales pertinentes.

Atentamente,



Ing. **Paulina Naranjo Castillo**
Directora
Desarrollo Institucional y del Talento Humano