



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA:**

“LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES. APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA CONSERVACIONISTA DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR, DURANTE EL PERIODO 2011 – 2012. PROPUESTA ALTERNATIVA.”

TRABAJO DE GRADO, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN LA ESPECIALIDAD DE DISEÑO GRÁFICO.

**AUTORES:** MÉNDEZ NARVÁEZ JEFFERSON FABRICIO  
NARVÁEZ CÓRDOVA JOSÉ JAVIER

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO:** DR. JOSÉ REVELO

IBARRA, 2014

## CERTIFICADO DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Es mi deseo como un gesto de agradecimiento a mis progenitores y mentores José María Narváez Barrial y

de Trabajo de Grado plasmado en el presente trabajo, en primera instancia a mis progenitores y mentores José María Narváez Barrial y

En calidad de Tutor del trabajo de grado, para optar por el Título de Licenciados en Diseño Gráfico, presentado por los señores: Jefferson Fabricio Méndez Narváez portador de la cedula de identidad N°100318316-5; conjuntamente con José Javier Narváez Córdova portador de la cedula de identidad N°100270823-6 cuyo tema versa:

"LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES. APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA CONSERVACIONISTA DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR, DURANTE EL PERIODO 2011 - 2012. PROPUESTA ALTERNATIVA."

Doy fe de que dicho Trabajo de Grado ha sido desarrollado por los autores, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y revisión privada por el jurado examinador que el H. Concejo Directivo designe.

que enmarca el último sección hacia mi etapa profesional en donde seré participe en el mejoramiento del proceso de enseñanza aprendizaje como

Ibarra, a los.....8.....días del mes de.....Octubre.....2013

FIRMA DEL TUTOR:

**DR. JOSÉ REVELO**



## ***DEDICATORIA***

Es mi deseo como un gesto de agradecimiento, dedicarle mi obra, de Trabajo de Grado plasmado en el presente trabajo, en primera instancia a mis progenitores y mentores José María Narváez Bernal, y Martha Irene Córdova Velázquez, y mis familiares quienes permanentemente me apoyaron con espíritu alentador, contribuyendo incondicionalmente a lograr las metas y objetivos propuestos desde mis primeros años.

A los docentes que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo, ético en la adquisición de conocimientos técnicos y profesionales, afianzando mi formación como estudiante, enrumbo hacia el sendero de la excelencia dentro del mundo académico y tecnológico.

Dedico este trabajo de igual manera al docente tutor quien nos ha orientado en todo momento para la realización de este trabajo de grado que enmarca el último escalón hacia mi etapa profesional en donde seré participe en el mejoramiento del proceso de enseñanza aprendizaje como licenciado en Diseño Gráfico.

## ***DEDICATORIA***

Dedico este trabajo a todas las personas implicadas en la consecución de este trabajo de grado en primera instancia a mis padres Nola Narváez y Wilson Méndez quienes supieron guiar mi espíritu y disciplina desde mis primeras etapas de vida.

De manera especial a los docentes que formaron parte de todo este proceso que implica horas y años de sacrificio constante, por alcanzar el logro académico que todos esperamos, el mismo que nos permitirá convertirnos en un aporte para la sociedad que necesita de más y mejores profesionales.

También dedico todos mis logros a DIOS, quien en todo momento nos guía brindándonos fortaleza a cada paso y nos otorga valor para enfrentarnos a la vida, con un firme propósito en nuestro corazón a través de la luz que determina el sendero que debemos seguir y marcar para las nuevas generaciones en el mundo del conocimiento.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud, principalmente está dirigida a DIOS por haberme dado la existencia e inteligencia, dotándome de un sinnúmero de talentos y virtudes que han permitido el fortalecimiento de mi formación profesional académica a nivel superior.

Un profundo agradecimiento a todos los organismos, las personas que de alguna u otra manera hicieron posible la realización del mismo, entre los que se deben mencionar:

A mi querida y apreciada academia de estudios, UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE, por haberme brindado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran sueño.

A todas y todos quienes de una u otra forma han aportado de manera significativa para el logro de este Trabajo de Grado, agradezco a la Srta. Victoria Judith García Castillo y al Lic. Jefferson Méndez Narváez de forma sincera por su valiosa colaboración. No es lo que sabes sino lo que demuestras, asimíllalo y supéralo.

***“la verdadera esencia del conocimiento se encuentra en la  
transferencia***

***Totalitaria del mismo”***

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más sincera gratitud a la academia la prestigiosa UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, quien me acogió en este trayecto como estudiante, ya que los grandes investigadores y profesionales que cruzaron por estas aulas, despertaron en mí el interés por culminar este paso en la vida como profesional en el diseño gráfico.

Un reconocimiento a todo el personal que conforma UTV y Radio Universitaria, al Diario el Norte, la prestigiosa AGENCIA ARTISTAS GRÁFICOS TRANSMEDIA DIGITAL a la cual me pertenezco y se convirtió en un verdadero aporte para mi desarrollo en el campo profesional a nivel nacional e internacional, por permitirme hacer realidad este proyecto con su colaboración de manera directa o indirecta.

Mi gratitud al Doc. José Revelo por su apoyo en todo el desarrollo de este proyecto al artista plástico José Javier Narváez Córdova por convertirse en mi ejemplo mentor y maestro de vida.

Mi agradecimiento a todas aquellas personas externas que confiaron en mí y siempre me consideraron en el emprendimiento de grandes proyectos que algunos solo se limitan a observar en sueños.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
Carátula.....	i
Aceptación del Director.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vii
Abstract.....	x
Introducción.....	xix

## CAPÍTULO I

1.El problema de investigación.....	1
1.1.Antecedentes.....	1
1.2.Planteamiento de Problema.....	2
1.3.Formulación del problema.....	3
1.4.Delimitación.....	3
1.4.1 Unidades de observación.....	3
1.4.2 Delimitación espacial.....	4
1.4.3 Delimitación Temporal.....	4
1.5 Objetivos.....	4
1.5.1Objetivo general.....	4
1.5.2 Objetivos Específicos.....	4
1.6.Justificación.....	5
1.6.1.Factibilidad.....	7

## CAPÍTULO II

2.Marco Teórico.....	9
2.1.Fundamentacion Teórica.....	10
2.1.1.Fundamentación científica.....	10
2.1.2.Fundamentación filosófica.....	10
2.1.3.Fundamentación Psicológica.....	11
2.1.4.Fundamentación Epistemológica.....	11
2.1.5.Fundamentación Axiológica.....	11
2.1.6.Fundamentación Pedagógica.....	12
2.1.7.fundamentación Educativa.....	12
2.1.8.Fundamentación Social.....	13
2.1.9.Fundamentación Tecnológica.....	13
2.1.10.Fundamentación Ecológica.....	13
2.1.11.Fundamentación Turística.....	14
2.1.12.Fundamentación Legal.....	14
2.2.La producción audiovisual.....	16
2.2.1.Historia.....	16
2.2.1.1.Edad Moderna.....	16
2.2.1.2.Edad Contemporánea.....	17
2.3.La Comunicación.....	18
2.3.1.Comunicacion y Contexto.....	18
2.3.2.Procesos Comunicacionales.....	18
2.3.3.Elementos de la Comunicación.....	19
2.3.4.Parcialidad e Imparcialidad.....	20
2.3.4.1.Elementos que establece la Parcialidad e Imparcialidad.....	20
2.3.5.Objetividad y Subjetividad.....	20
2.3.6.Análisis.....	21
2.4.Audiovisuales.....	22

2.4.1. Audiovisual Tecnificado.....	22
2.4.2. Representantes de la producción audiovisual enfocada a la ecología.....	23
2.4.3. Conceptualizaciones fundamentales de la comunicación.....	24
2.4.4. Teoría de la Comunicación Social .....	25
2.4.4.1. Teoría Funcionalista .....	25
2.4.4.2. Teoría Estructuralista.....	26
2.4.5. Géneros periodísticos de producción.....	26
2.4.6. Equipo de producción audiovisual.....	29
2.4.6.1. Miembros del equipo de producción.....	29
2.4.6.2. Área de producción.....	29
2.4.7. Fases de la Producción.....	33
2.4.7.1. Reproducción.....	33
2.4.7.2. Producción y rodaje.....	34
2.4.7.3. Postproducción.....	35
2.4.8. Criterios de edición.....	36
2.4.9. Tipos de edición.....	36
2.4.10. Tipos de corte.....	38
2.4.11. Unidades del discurso audiovisual.....	39
2.4.12. La imagen.....	40
2.4.12.1. Funciones de la imagen.....	40
2.4.13. Composición de la imagen o planos.....	41
2.4.13.1. Según el tamaño del plano .....	42
2.4.13.2. Ángulo visual.....	43
2.4.14. Storyboard.....	46
2.4.15. Cámara profesional de video.....	47
2.4.16. Movimientos de cámara.....	49
2.4.17. Movimientos complementarios o complejos.....	50
2.4.18. Movimientos ópticos.....	50

2.4.19.Movimientos digitales.....	51
2.4.20.Formato de video.....	51
2.4.21.Formatos digitales.....	52
2.4.22.Iluminacion en video.....	52
2.4.22.1.Triángulo básico de iluminación.....	52
2.4.23.Sonido.....	53
2.4.23.1.Elementos del sonido.....	53
2.5.Ecología.....	55
2.5.1.La Flora de la Ceja Andina.....	55
2.5.2.Fauna de la Ceja Andina.....	56
2.5.3.La población del Carchi.....	57
2.6.Educación.....	58
2.6.1.Teorías del aprendizaje.....	58
2.6.2.Teoría cognoscitiva .....	58
2.6.3.Teoría del aprendizaje significativo.....	59
2.6.4.Teoría constructivista.....	61
2.6.5.Aprendizaje humanista.....	62
2.7.Tecnologías de información.....	64
2.7.1.Concepto.....	64
2.8.Educomunicación.....	66
2.9.Posicionamiento teórico personal.....	68
2.10.Glosario de Términos.....	71
2.11.Subproblemas-Interrogantes.....	75
2.12.Matriz Categorial.....	76

### **CAPÍTULO III**

3.Metodología de la Investigación.....	82
3.1.Tipos de Investigación.....	82

3.2.Métodos.....	83
3.2.1.Método científico.....	83
3.2.2.Método deductivo.....	83
3.2.3.Método inductivo.....	83
3.2.4.Método cualitativo.....	83
3.2.5.Método sintético.....	84
3.2.6. Método estadístico.....	84
3.2.6. Método estadístico.....	84
3.3.Técnicas e Instrumentos.....	84
3.3.1.Encuesta.....	85
3.3.2.Entrevista.....	85
3.3.3.Cuestionario.....	85
3.3.4.Observación.....	85
3.4.Población.....	86
3.5.Muestra.....	86
3.6.Esquema de la Propuesta.....	87

#### **CAPÍTULO IV**

4. Análisis de resultados.....	88
--------------------------------	----

#### **CAPÍTULO IV**

4. Análisis de resultados.....	88
--------------------------------	----

#### **CAPÍTULO V**

5.1. Conclusiones.....	101
5.2. Recomendaciones.....	103
5.3. Subproblemas e Interrogantes.....	105

## **CAPÍTULO VI**

6. Propuesta alternativa.....	108
6.1. Título de la propuesta.....	108
6.2. Justificación e importancia.....	108
6.3. Aportes.....	110
6.4. Factibilidad.....	113
6.5. Fundamentación.....	113
6.6. Aspectos.....	115
6.7. Objetivos.....	119
6.8. Ubicación sectorial y física.....	119
6.9. Desarrollo de la propuesta.....	120
6.10. Impactos.....	141
6.11. Difusión.....	142
6.12. Bibliografía.....	143

## RESUMEN

El presente trabajo de grado que ponemos a consideración constituye la recopilación de información, elaboración, desarrollo y difusión de una campaña de orden ecológico, la cual cuenta de tres spots para tv y redes sociales una compilación gráfico impresa y una serie de conferencias ecológicas dictadas en entidades educativas en el cantón Montufar provincia del Carchi, se estableció una vinculación directa entre la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, con la colectividad y el sector público, a través de la alianza estratégica con el MUNICIPIO (GAD), teniendo como organismos coordinadores al departamento de turismo y comunicación, por parte de la Academia a UTV y los señores ejecutores de este trabajo; partimos de la observación, la cual nos permitió determinar las carencias existentes, en cuanto, al conocimiento de la ecología para la preservación y conservación de los páramos andinos, entre las personas del sector, la observación permitió tomar información y registrarla para un posterior análisis. Además, se realizó la investigación de campo con distintas técnicas e instrumentos en la propia zona, fue sustentada por la investigación y bibliografía proporcionada por el Departamento de Comunicación y Turismo del Municipio, a través del método científico evidenciamos la importancia de especificar diversos pasos sistemáticos, dentro de la investigación para generar posibles soluciones a las hipótesis, el método deductivo permitió obtener un conocimiento general de la problemática de la región en el aspecto ecológico, el método inductivo en cambio nos permitió fundamentar nuestro razonamiento partiendo de un caso particular (ecología y conservación), el método analítico concedió una segmentación por partes en los temas investigados, el método sintético reconstruye un todo a partir de elementos distinguidos y ordenados por jerarquía dentro del análisis, el método estadístico cumplió un rol importante dentro de este trabajo ya que nos permitió recopilar datos, analizarlos y tabularlos, la encuesta dio a conocer una serie de problemas en cuanto a la conservación de los páramos andinos, como complemento la entrevista ratifico la

preocupación de las autoridades del cantón en aspectos de ecología y preservación, el cuestionario que se implementó proporcionó datos reales y específicos los cuales permitieron establecer posibles soluciones a este problema, la población que se tomó a consideración fueron 30 personas vinculadas directamente con aspectos de la ecología, la campaña integral denominada ECOPARAMO bajo el slogan “**la naturaleza no es una herencia de nuestros antepasados sino una deuda con nuestros hijos** ” fue difundida con éxito por Televisión Universitaria (UTV), canal 24UHF para la Provincia de Imbabura y canal 40UHF para la Provincia del Carchi, así como también, a través de la página oficial del municipio y de manera personal por los interesados en las entidades educativas correspondientes al cantón.

## ABSTRACT

The present work we put into consideration is the information gathering, processing, development and dissemination of an ecological order campaign, which has three spots for TV and social networks, a graphic printed compilation and a series of ecological lectures in educational institutions in Montúfar Canton in the province of Carchi, a direct link between THE NORTHERN TECHNICAL UNIVERSITY, with the community and the public sector, through the strategic alliance with the MUNICIPALITY (GAD) was established; having as department coordinators the department of tourism and communication, by the Academy UTV and the gentlemen executors of this work; starting from the observation, which allowed us to determine the existing gaps, regarding the knowledge of ecology for the preservation and conservation of the Andean highlands among the people in the industry, the observation allowed to take and record information for later analysis. In addition, field research with other techniques and instruments in the area itself was performed, it was supported by the literature research provided by the Department of Communication and Tourism of the Municipality, through the scientific method we make evident the importance of specifying various systematic steps within the research to generate possible solutions to the hypotheses, the deductive method allowed to obtain a general understanding of the problems of the region from an ecological viewpoint, the inductive method instead allowed us to base our reasoning on the basis of a particular case (ecology and conservation), the analytical method gave a segmentation by parts to research subjects, the synthetic method reconstructs a whole from distinguished and sorted by hierarchy elements within the analysis, the statistical method played an important role in this study because it allowed us to collect, analyze and tabulate data, the survey revealed a number of problems regarding the conservation of the Andean highlands, to supplement, the interview confirmed the concern of the authorities of the canton in aspects of ecology and preservation, the implemented questionnaire gave real and

specific data which allowed to establish possible solutions to this problem, the population took for consideration were 30 people working directly with aspects of ecology, the integrated campaign called ECOPARAMO under the slogan "nature is not inherited from our ancestors but a debt to our children "was released successfully for University Television (UTV), 24UHF channel for the Province of Imbabura and 40UHF channel for the Carchi Province, as well as through the official website of the municipality and personally by stakeholders in the relevant educational institutions corresponding to the canton.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación marca el desarrollo de la estructura social, y considera al proceso como una continuidad relativa ordenada, debido a que debe cumplir con ciertos elementos para ser considerada como tal, entre ellos la idea o mensaje, el llamado emisor que es la persona o personas encargadas de codificar el mensaje, luego tenemos el canal o medio por el cual se va a difundir dicho mensaje, puede ser de manera escrita verbal, gráfico estático o gráfico dinámico, una de las más completas es el medio audiovisual, como complemento tenemos el receptor este elemento comprende a la persona o las personas encargadas de codificar el mensaje, es la persona que asimila, procesa y responde, la parte sustancial y más importante dentro del proceso de comunicación, es la llamada respuesta o interacción, la misma que hace la diferencia entre simplemente informar y comunicar, la comunicación también está condicionada a parámetros específicos de orden social como el contexto; espacio tiempo, que determina una forma explícita para una comunicación adecuada, existen ciertos valores intangibles dentro de la comunicación la parcialidad y la imparcialidad, la subjetividad y la objetividad, desde el principio de la humanidad la dialéctica ha sido el método más completo y complejo para despejar grandes interrogantes de la filosofía humana.

La producción audiovisual hoy en día es uno de los medios y recursos más completos en el ámbito educativo, ya que nos proporciona un extraordinario e ilimitado acceso al universo instantáneo de la información visual, por ende otorga a la educación cimientos para construir nuevos conceptos y conocimientos a partir de este. Los elementos audiovisuales se ha convertido en un recurso importante llegando a ser una herramienta fundamental dentro de los procesos educativos actuales, para que estos nuevos elementos se encuentren

verdaderamente al servicio de los procesos mencionados, de enseñanza, aprendizaje y llegue a contribuir directamente a la formación de los profesionales críticos y propositivos.

Que cumplan con los requerimientos de la sociedad actual, desarrollando una evolución a nivel educativo y pedagógico, la nueva educación exige un cambio en el rol del docente y del alumno, el docente no puede continuar ejerciendo sus funciones tradicionales discursivas a la hora e impartir sus conocimientos.

Se ha observado también que las tecnologías de la información conjuntamente con los medios audiovisuales crean un nexo de colaboración de parte de los estudiantes, esto les ayuda a centrarse en los aprendizajes, mejoran la motivación y el interés, favorecen el proceso de la investigación, promueven la integración y estimulan el desarrollo de la mayoría de potencialidades intelectuales tales como el razonamiento y la solución de problemas, la creatividad y la capacidad de aprender a aprender. Para los maestros las tecnologías informáticas y audiovisuales, han servido hasta ahora para facilitar la búsqueda y creación de material didáctico, contribuir a la colaboración con otros enseñantes e incitar a la planificación de las actividades de aprendizaje de acuerdo con las características de la tecnología y medios utilizados.

Estas transformaciones observadas en los procesos de enseñanza y aprendizaje se sitúan en la línea de las teorías constructivistas, que preconizan estrategias de aprendizaje motivan y convierten a los estudiantes en entes activos y dinámicos en la construcción del saber.

Debido a esto y con el propósito de mejorar la calidad de educación y promover el buen vivir, hemos realizado una campaña audiovisual y gráfica conservacionista enfocada en los páramos andinos, específicamente del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, durante el periodo 2011 - 2012 conjuntamente con el Gobierno Municipal del Cantón Montufar, estratégicamente con los departamentos de Comunicación y Medio Ambiente respectivamente. Esta producción audiovisual será utilizada como un recurso educativo de concienciación, referente a la conservación de los páramos andinos, con los que contamos dentro de la biodiversidad del cantón Montúfar, este material se destinará a las futuras campañas de difusión del manejo adecuado de los recursos naturales, constituyendo así un aporte fundamental para el desarrollo de la sociedad implementando el recurso audiovisual dentro de los procesos educativos, para mejorar el nivel de interés del estudiante ante su entorno y optimizando así el manejo de los recursos técnicos y logísticos que brinda la Universidad Técnica del Norte, a los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico, capacitándolos para desenvolverse y desarrollar productos audiovisuales en correlación con el entorno, dentro de la materia de producción audiovisual. Esto lleva a los estudiantes a seguir produciendo material de apoyo, para las diferentes campañas que se necesita, para concienciar a la sociedad en temas ecológicos, con respecto al buen vivir como política de estado.

## **CAPÍTULO I**

### **1. El problema de investigación.**

#### **1.1 Antecedentes.**

La cátedra de producción audiovisual se dicta a partir del séptimo nivel de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, con el fin de contribuir a la sociedad, se realizó como trabajo de grado un material audiovisual, el mismo que conjuga los procesos EDUCOMUNICACIONALES audiovisuales.

Un proceso educativo es esencialmente comunicativo. Hoy es impensable hablar de comunicación y de educación como dos procesos conexos. La relatividad existente entre estos dos constituye un componente esencialmente pedagógico.

La aplicación de los medios audiovisuales y “aquellas tecnologías de información y comunicación que permiten transmitir, procesar, difundir y obtener una respuesta de manera instantánea”. Encontrando su verdadero sitio en la enseñanza como apoyo al aprendizaje. Las tecnologías pedagógicamente entendidas, están integradas hoy en día en el proceso del aprendizaje, tienen su sitio en el aula, responden a necesidades de formación más proactivas y son empleadas de forma cotidiana por los docentes.

La integración pedagógica de las nuevas tecnologías, no difiere de la continuidad o desarrollo vertiginoso de las mismas y se enmarca en una perspectiva de formación continua y evolución personal profesional como un “saber aprender”, como por ejemplo el caso de redes sociales,

donde están diseñadas de manera sencilla para su uso, brindando todas las facilidades para desarrollar un aprendizaje y manipulación del sistema, condicionado a un requerimiento comunicacional.

Por lo cual hemos visto, conveniente utilizar los recursos tecnológicos como los audiovisuales, la multimedia y plataformas de redes sociales (virtuales), para que las personas directa o indirectamente involucradas, puedan captar de mejor manera la información, generada en base al trabajo de grado realizado, el cual conjuga los procesos EDUCOMUNICACIONALES audiovisuales, aplicados en la elaboración de una campaña conservacionistas de los páramos andinos del cantón Montúfar.

## **1.2. Planteamiento de Problema.**

Una de las principales causas que afecta al entorno ecológico andino, es la escasa información, producción y difusión de temas ecológicos especialmente en temas conservacionistas, de los páramos en la región andina, existentes en la gran biodiversidad ecuatoriana, esto se debe principalmente a la falta de aplicación de estos temas en medios audiovisuales y redes sociales, los cuales incentivan a los estudiantes y a la sociedad hacia la concienciación real de temas conservacionistas.

El impacto de las nuevas tecnologías dentro de los procesos EDUCOMUNICACIONALES, las exigencias de las nuevas tendencias generacionales sociales, generan un impacto no solo en el universo de la comunicación, sino que directamente en el proceso educativo actual. La información ha dejado de ser un servicio secundario, para convertirse en

la fuerza directa del desarrollo económico y conciencia social conocido hoy como comunicación.

La continua formación de la sociedad con respecto al universo del conocimiento y la comunicación necesita, nuevos referentes que se destaquen por su adaptación al contexto social. Éstos han de ser autónomos, emprendedores, trabajadores, creativos, solidarios y socialmente activos. Se aplica un cambio radical en el mundo de la educación y formación académica, tecnológica y científica dado que se exige un mayor nivel de interacción, de los estudiantes con el mercado real convirtiéndolos en entes propositivos. El mundo laboral necesita cada vez más trabajadores poli funcionales, capaces de adaptarse a uno o varios requerimientos profesionales en distintas áreas. Lo cual promueve el concepto de, “formación continua a lo largo de la vida académico profesional”, y la integración de los sistemas formativos y educativos.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cómo implementar los procesos EDUCOMUNICACIONALES, para concienciar a estudiantes de nivel secundario de los colegios del cantón, mediante la elaboración de una campaña conservacionista, de los páramos andinos, del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, durante el periodo 2011 - 2012?

### **1.4. Delimitación**

#### **1.4.1. Unidades de observación:**

Unidad ejecutora: Universidad Técnica del Norte (Egresados de la carrera de Diseño Gráfico).

Unidad de Observación: Cantón Montufar (San Gabriel)  
Páramos andinos.

Beneficiarios: Sociedad en general.

#### **1.4.2. Delimitación Espacial**

Nuestro trabajo de grado se realizará en la provincia del Carchi, cantón Montúfar ciudad de San Gabriel (Páramos andinos), conjuntamente con los departamentos de Comunicación y de Medio Ambiente, respectivamente.

#### **1.4.3. Delimitación Temporal**

La elaboración del presente trabajo de grado se realizará durante el Periodo Académico 2011 - 2012.

### **1.5. Objetivos**

#### **1.5.1 Objetivo General**

Analizar los procesos EDUCOMUNICACIONALES, audiovisuales, aplicados en la elaboración y difusión de una campaña conservacionista de los páramos andinos, del cantón Montufar, durante el periodo 2011 - 2012. Propuesta alternativa.

#### **1.5.2 Objetivos Específicos.**

- Diagnosticar la necesidad de la implementación de los procesos Educomunicacionales, para la elaboración de productos audiovisuales de contenidos ecológicos.

- Elaborar un marco conceptual sobre los procesos Educomunicacionales de contenidos audiovisuales en el campo ecológico.
- Diseñar una campaña comunicacional audiovisual alternativa, que propenda al cuidado ecológico de los páramos andinos del Cantón Montúfar.
- Difundir la propuesta alternativa a la población del Cantón Montúfar, específicamente a los estudiantes de nivel secundario como el Mario Oña Perdonó, Unidad Educativa Pablo Muñoz Vega, Colegio José Julián Andrade y a través de Televisión Universitaria para las Provincias de Imbabura y Carchi.

## **1.6. Justificación**

Las razones que conllevan a los autores a realizar esta investigación, responden a la escasa producción de material audiovisual direccionado a la preservación y conservación del medio circundante, según las nuevas políticas de estado prescritas en el buen vivir y la Ley de Comunicación, los autores se fundamentan en la corriente estructuralista de la comunicación, para generar un aporte en el ámbito educativo, el objetivo es vincular dos ejes: la producción audiovisual en la parte tecnológica y la educación en la parte social, teniendo como resultado la Educomunicación, el tema seleccionado fue la ecología, mediante esta campaña integral se realizó un aporte de orden filosófico existencial y psicológico conservacionista, la investigación beneficiará directamente a las personas proactivas en el cambio generacional,

estudiantes de nivel secundario de las Unidades Educativas del Cantón Montúfar, la parte beneficiada indirectamente se encuentra en toda la colectividad del cantón y toda la sociedad en sí.

En base a la investigación para realizar la campaña, se trabajó en cuatro ejes básicos:

**A. Persuadir.-** La publicidad establece que la persuasión, es el inicio para el convencimiento real de las masas en relación a un tema específico, en esta etapa se trata de convencer a través de una serie de técnicas, que de manera tácita utiliza programación sugerida, basada en el lenguaje visual o escrito.

En este caso, se quiere recrear a través de un producto audiovisual, las virtudes y la importancia que tienen los páramos andinos dentro del contexto ecológico en el cantón Montúfar.

**B. Sensibilizar.-** Esta es una de las segundas etapas en la publicidad, trata de establecer una serie de técnicas que apelan a los sentidos, proporcionándoles de una carga subjetiva direccionada a entender ciertas connotaciones, inmersas en la campaña publicitaria generalmente no se ajustan a la objetividad.

Dentro de la producción audiovisual en el tratamiento de la teoría de imagen se recurrió a personas de la tercera edad, disfrutando de una excelente calidad de vida debido a la convivencia armónica con la naturaleza.

**C. Concienciar.-** En el ámbito comunicacional estructuralista, destaca o prima el factor humano para la convivencia entre semejantes y

el medio circundante, que en este caso viene a ser la flora y la fauna de los páramos andinos y la importancia que éstos tienen para la preservación y conservación del medio ambiente y de las futuras generaciones.

### **1.6.1 Factibilidad**

Para la elaboración de este trabajo de grado se dispuso del talento humano, recursos económicos, equipos, materiales técnicos - tecnológicos y logísticos. Trabajando conjuntamente con el municipio del cantón Montúfar quien brindó todas las facilidades para obtener la información necesaria, para el análisis y desarrollo de esta investigación para el trabajo de grado, además del apoyo logístico en cuanto a equipos de transporte y espacio físico requerido, lo cual beneficiará directamente a la ciudad de San Gabriel y a la sociedad del cantón Montúfar.

Podemos acotar que este material es aplicable, por que los implicados en el desarrollo del mismo, cuentan con amplios conocimientos profesionales del tema audiovisual, adquiridos en la Universidad Técnica del Norte, en la Carrera de Diseño Gráfico, específicamente en la cátedra de Producción Audiovisual dictada en el séptimo y octavo semestre, puesto que la Universidad Técnica del Norte tiene la ventaja de contar con un canal exclusivo de televisión que se transmite en Imbabura y Carchi, esto abaliza la experiencia adquirida por los estudiantes al realizar pasantías en el mismo.

Este material audiovisual tiene como finalidad difundir de manera directa, la conservación de los páramos andinos del cantón

Montúfar de la ciudad de San Gabriel, lo que beneficiará directamente al ámbito turístico y económico del cantón Montúfar a través de la página web del Ilustre Municipio del cantón Montúfar y la campaña gráfica realizada y difundida en los establecimientos educativos principales del sector.

La academia considerada como el referente universitario del norte del Ecuador, cuenta con recursos necesarios para el desarrollo de este proyecto, como es el laboratorio de producción audiovisual de la F.E.C.Y.T completamente equipados: cámaras de filmación Sony semi profesionales, Iluminación artificial, trípodes, pluma, editoras, micrófonos, mono pie, sistema de audio en interno, los mismos que se encuentran a la entera disposición de los estudiantes y la sociedad.

## CAPÍTULO II

### 2. Marco teórico

#### Concepto Técnico:

Dr. José Revelo. Director de medios de la Universidad Técnica del Norte; (2012) en su cátedra dice.

**“La producción audiovisual consiste en el desarrollo de aquellas actividades relacionadas con la planificación, organización y administración de recursos financieros y materiales, necesarios para llevar a cabo un proyecto audiovisual.”**

La producción audiovisual debe ser analizada como un proceso completo, dentro del mundo de la comunicación humana, por que reúne todos los elementos: idea o mensaje, emisor, canal, perceptor, respuesta y permite adaptar un concepto a los requerimientos técnicos o sociales de un determinado contexto y un medio fundamental en el ámbito educativo.

Además este proceso que cumple con las necesidades artísticas, culturales e industriales. Hoy en día es el mayor puente generador de los más variados contenidos, que se utiliza en la educación y formación de las nuevas generaciones en el ámbito educativo y social.

## **2.1.Fundamentación Teórica.**

### **2.1.1.Fundamentación científica**

En la fundamentación científica está relacionada con el proceso enseñanza aprendizaje, los estudios de la neurociencia nos clarifican ciertos parámetros que tiene el ser humano, en cuanto a la percepción de la realidad con aspectos relacionados con los sentidos, existen artículos publicados en revistas científicas que nos hablan de las horas óptimas para el aprendizaje, las cuales considera que el cerebro, el cual analiza, procesa y resuelve cualquier tipo de problema trabaja al 100% durante el día, la hora óptima está situada entre las 9:00 y 11:00 de la mañana y en la tarde a partir de las 17:00 a 19:00 de la noche.

### **2.1.2. Fundamentación filosófica**

Jean Paul Sartre establece que **“el comportamiento presente en el ser humano, está determinado por un propósito, una meta, una intención situada en el futuro”**, en este proyecto se trabajará en el aspecto educativo de las nuevas generaciones a través de la Educomunicación, enfocado a temas ecológicos, que nos permite plantear situaciones negativas o positivas a futuro, trabajando en el aspecto psicológico de la conservación, los autores fundamentan el aspecto filosófico en la filosofía existencial, la misma que permite establecer de manera paradójica metas a futuro en cualquier aspecto, en este caso se realizará un planteamiento de dos escenarios a futuro uno positivo y otro negativo, cada uno de ellos condicionado a las acciones que ellos como jóvenes pueden adoptar con relación a este tema.

### **2.1.3. Fundamentación Psicológica**

Según el PHD. Manuel Alonso Coto en su plan de marketing digital 2012, **“establece que el neuromarketing actual se convierte en un hilo conductor para la publicidad, la misma que permitirá trabajar y diseñar no solo para la vista si no para la mente”** en la cual de manera subjetiva se puede modificar ciertos aspectos conductuales de respuesta, mediante la persuasión, concienciación y sensibilización, el tema seleccionado para esta campaña gráfico impresa y audiovisual fue la ecología específicamente la protección y conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar, en las conferencias se tocarán temas relacionados con la fragilidad que tienen los ecosistemas, ante la injerencia del ser humano en ellos.

### **2.1.4. Fundamentación epistemológica**

La epistemología es una disciplina que estudia los procesos del conocimiento, se la considera una rama de la filosofía encargada de teorizar el conocimiento a través de la reflexión crítica, el presente trabajo se fundamenta en la teoría del filósofo Kant, el cual otorga funciones valorativas específicas al conocimiento científico, utiliza una descripción por partes correspondientes a un todo, donde explica su inicio, desarrollo y resultados.

### **2.1.5. Fundamentación axiológica**

Considerada también una rama de la filosofía encargada del estudio de los valores, se encuentra más relacionada con la ética moral, busca relaciones explícitas de los valores morales y estéticos, según la teoría de Hume toma como referencia los valores como el principio del juicio moral y estético, este juicio nace de la observación cualitativa donde el

observador otorga valores positivos y negativos para el desarrollo de un proyecto, en el aspecto ético y estético. En el presente trabajo los autores realizaron una observación cuantitativa positiva, en cuanto al aporte que conlleva el uso o la implementación de un material audiovisual, como apoyo didáctico para la explicación de un tema específico: la ecología.

#### **2.1.6. Fundamentación Pedagógica**

El aprendizaje significativo según el filósofo educativo Jean Piaget establece que aprendemos más y mejor mediante la experiencia, al incorporar la activación de los sentidos en este caso visual, auditivo y de reflexión, con preguntas que se realizarán a los estudiantes después de la conferencia, utilizando el método socrático de participación.

#### **2.1.7. Fundamentación educativa**

La fundamentación en el aspecto educativo está basada en la metodología de los psicólogos educativos Ausbel, Piaget y Vygotsky, los mismos que exponen al método de aprendizaje significativo, como uno de los más adecuados en el proceso de enseñanza aprendizaje, el aprendizaje significativo propone trabajar en base a las experiencias previas del individuo, implementando nuevas experiencias en este caso visuales y auditivas, que se relacionen o complementen con las experiencias anteriores, es lo que se propone dentro de la fundamentación educativa, al implementar el proceso de Educomunicación, y los productos audiovisuales como refuerzo didáctico.

### **2.1.8. Fundamentación social**

Según el criterio de los autores la fundamentación social conllevará la inclusión de nuevos instrumentos didácticos, que generarán una expectativa de mayor interés con relación al tema tratado (Ecología), permite también el diálogo y la inclusión de las personas a partir de lo que se observará y se escuchará, al tener como refuerzo didáctico los medios audiovisuales, esto permitirá poder dirigirse a una mayor cantidad de audiencia, generalizando el aspecto que se pretende comunicar, el desarrollo de este tipo de material audiovisual educativo, tienen una perspectiva aún más amplia ya que este material al ser digital, también tiene la propiedad de difundirse de manera viral en redes sociales.

### **2.1.9. Fundamentación tecnológica**

En la actualidad el uso y manejo óptimo de la tecnología llamada digital, nos permite estar a la par en las exigencias del mundo en cuanto a la comunicación la información y la investigación, en el ámbito académico constituye uno de los más importantes recursos para el desarrollo de proyectos en todas las áreas, el uso adecuado de las llamadas Tecnologías de la Información (TIC'S), como instrumentos técnicos y tecnológicos utilizados para la creación de productos audiovisuales, encaminados al ámbito académico existe una nueva combinación de la educación y la comunicación la llamada Educomunicación, la cual nos permite integrar diferentes elementos de la comunicación y de la educación para mejorar aspectos didácticos dentro del ámbito académico.

### **2.1.10. Fundamentación Ecológica**

La importancia de la ecología dentro de la educación permite concienciar al ser humano en cuanto al entorno y la fragilidad del mismo

ante los cambios del planeta en sí, y la vulnerabilidad que tiene ante la invasión del ser humano, las diferentes especies que habitan dentro de estos ecosistemas, que algunos son considerados únicos e irremplazables por su complejidad, deben ser protegidos de manera prioritaria y dicha protección debe ser difundida, no solo en el ámbito turístico si no en el ámbito ecológico de preservación, el Ecuador es un país con una biodiversidad extraordinaria la cual debe ser estudiada, analizada y protegida, para las futuras generaciones el educar acerca de este tema a las generaciones actuales, nos permite divisar la conservación de estos ecosistemas.

#### **2.1.11. Fundamentación turística**

El aspecto de orden turístico, se fundamenta en diferentes criterios de sustentabilidad, el turismo constituye una fuente de ingresos económicos para la conservación de ciertos espacios, existen lo que se conoce como turismo vivencial el cual comprende en una interacción de las personas con un entorno agreste o al natural, esta experiencia nos permite evidenciar la importancia de preservar ciertas áreas delicadas de nuestro entorno, el turismo visto desde una óptica positiva que permite difundir las maravillas que tienen ciertas regiones de nuestro Ecuador como son Costa, Sierra, Oriente e Insular.

#### **2.1.12. Fundamentación Legal**

El presente trabajo tiene el respaldo legal:

**Art. 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área**

**prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.**

**Art. 4.- Fines de la Educación Superior.- la educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho a las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.**

## **2.2. La producción audiovisual**

Los medios audiovisuales hoy en día dentro de la planificación en el ámbito educativo, es importante seleccionar el material adecuado para una completa formación del estudiante, los así considerados soportes audiovisuales se han convertido en un aliado esencial para el docente: Caso de video tutoriales, video conferencia en línea a través de internet impartidas por profesionales, documentales, reportajes, spots, directamente o indirectamente relacionados con la materia. Garantizan un óptimo rendimiento en la atención del estudiante de la actual generación.

### **2.2.1. Historia:**

A lo largo de la historia podemos evidenciar que el desarrollo de la comunicación, ha propendido la evolución potencial de las nuevas tecnologías, dentro de éstas se encuentra las llamadas audiovisuales, que hoy en día se las utiliza dentro de las tic's de la información. Para posteriormente ser convertidas en un proceso aún más complejo y funcional educativo, llamado Educomunicación que incorpora un proceso y una estructura pedagógica, en un tema específico por ejemplo la ecología, además realiza una investigación de campo para evidenciar mediante productos audiovisuales, la problemática de un entorno o de una determinada zona.

#### **2.2.1.1. Edad moderna**

En la edad moderna la TDT o Televisión Digital Terrestre comprenden nuevos estándares de calidad, entre ellos tenemos la alta definición (HDTV) con una resolución de 1920x1080, los nuevos canales de televisión, que transmiten la televisión digital, deben grabar y editar en

alta definición, lo que conlleva a que las productoras nacionales mejoren sus estándares de calidad, para que su producción sea transmitida en los diferentes canales con transmisión digital en alta definición.

La importancia de que los nuevos proyectos encaminados a la producción audiovisual, se encuentren a la par no solo de las tendencias sociales sino también de las tendencias tecnológicas, en cuanto a formatos y que éstos mantengan un estándar con los requerimientos actuales para la difusión óptima de los mismos, permite una mayor aceptación por las nuevas generaciones, que están basadas en un entorno y contexto tecnológico.

#### **2.2.1.2. Edad Contemporánea**

Al encontrarnos en un país, que se encuentra en una etapa de adaptación de tecnología analógica a digital, desarrollada en otros y por otros países, el caso de formato 3D y otros formatos en cuanto a producción, no contamos con la capacidad tecnológica para estar a la vanguardia de este tipo de formatos para producción, lo que evidencia que la inversión para el fortalecimiento de equipos en las áreas de producción, sobre todo son escasas en establecimientos educativos, que están involucrados directamente con el desarrollo social, y el uso de estos equipos se vuelve imperativo para mantener la calidad que hoy nos exige el mundo tecnológico.

## **2.3.La comunicación**

La comunicación durante la historia de la humanidad se convirtió en un punto de inflexión para el desarrollo de la inteligencia y la sociedad en el mundo, constituye un proceso complejo de interacción humana, requiere de ciertos elementos que están condicionados obviamente al factor humano, considerado como un ente Bio-Psico-Social, la naturaleza de la comunicación implica, que las primeras formas de comunicación previas al lenguaje se remontan a épocas remotas, obedece a una necesidad implícita determinada a una función, que es la de dar a conocer de manera objetiva un hecho real, la finalidad de la comunicación es generar una respuesta llamada interacción.

### **2.3.1. Comunicación y contexto**

El contexto es el espacio tiempo donde se desarrolla una actividad social específica, es por ello que la comunicación está condicionada a factores geográficos demográficos, sociales y culturales, los cuales se convierten en el punto de partida para poder realizar una comunicación adecuada, otorgando un enfoque a la problemática y no solo a los aspectos coyunturales de un determinado problema.

### **2.3.2. Procesos comunicacionales**

Entendemos como proceso a la continuidad relativa ordenada, esto implica que el proceso al considerarse como una continuidad debe tener un seguimiento antes, durante y después, la relatividad dentro del proceso comunicacional nos habla del tema o especialidad que vamos a tratar, y el orden dentro del proceso de comunicación nos determina la cronología=tiempo=espacio=contexto.

### **2.3.3. Elementos de la comunicación**

Como habíamos mencionado el proceso comunicacional, es relativamente complejo porque debe cumplir con algunos elementos para que la comunicación sea considerada adecuada, citamos los elementos a continuación:

**1. Idea-mensaje-concepto.-** nace de una necesidad específica, es una idea genérica sin una estructura específica.

**2.- Emisor.-** personas o personas que codifican la idea convirtiéndola en un mensaje o un concepto dichos códigos deben estar sujetos al contexto del perceptor o perceptores.

**3.- El canal.-** o medio que permite la difusión del mensaje estructurado o codificado, puede ser emitido mediante forma verbal, escrita, visual estático y visual dinámico (el más completo es el audiovisual, EDUCOMUNICACIÓN).

**4.- Receptor.-** Cuando se trata de un aparato y perceptor, cuando se trata de una persona es el ente que decodifica, percibe, interpreta y analiza.

NOTA: Cuando el proceso comunicacional se encuentra hasta el cuarto elemento que es la percepción de la idea o del mensaje estructurado o codificado se le denomina información, existe un quinto elemento para que pase a ser comunicación.

**5. Respuesta.-** Este quinto elemento es el más importante es la respuesta o interacción donde el perceptor puede establecer un vínculo con el emisor.

#### **2.3.4. Parcialidad e imparcialidad**

En el aspecto comunicacional existen estas dos variables que llegan a convertirse en un punto determinante, dentro de una adecuada comunicación, la parcialidad versa de mantener un vínculo cercano en cuanto a criterio relativo a la verdad, es decir que dependiendo de dicho vínculo la noticia o acontecimiento se vuelve sesgada, y si inclina a varios intereses que rodean la misma, la imparcialidad en cambio es relativa a la objetividad, la cual mantiene una dirección adecuada hacia la realidad de un acontecimiento, noticia o hecho relativo a una determinada sociedad.

##### **2.3.4.1. Elementos que establece la parcialidad e imparcialidad**

1. El hecho en sí (verdad)
2. Actores o involucrados directos
3. Observadores involucrados indirectos
4. Valores morales y éticos profesionales condicionantes
5. Políticas del medio de comunicación (restrictivas)
6. Resultado noticia o hecho que vamos a comunicar (aproximación a la realidad)

#### **2.3.5. Objetividad y subjetividad**

La subjetividad relativa al sujeto enfoque personal se aplica en editoriales y crítica editorial especializada

La objetividad parte de la imparcialidad, la objetividad según la dialéctica es una aproximación a la realidad ya que la verdad absoluta no existe, (la dialéctica es el método más completo y complejo para despejar interrogantes en la filosofía de la comunicación)

### **2.3.6. Análisis**

#### **El ser humano y la comunicación ente (bio-psico-social)**

El ser humano es considerado como un ente biopsicosocial en el contexto de la comunicación vamos a separar estas tres estructuras que conforman un todo en el ser humano:

**a. Bio.-** Porque es un ente biológico cambiante y condicionado, a una serie de factores internos y externos con respecto a su organismo (Organismo vivo), por lo tanto su comportamiento en el área de la comunicación debe estar valorado desde aquella óptica.

**b. Psico.-** El aspecto Psico corresponde a la psiquis y su forma de respuesta, en base a las experiencias negativas o positivas del ser humano, es una forma de raciocinio profundo que permite llegar a un discernimiento dialéctico.

**c. Social.-** El ser humano desde la prehistoria ha correspondido a una especie de estructura social y se ha desarrollado dentro de la misma, dicha sociedad tiene una serie de parámetros dogmáticos morales y políticos, a los cuales el ser humano se acoge, adaptar y responde al criterio de los Autores en base a Paul Egman.

## **2.4. Audiovisuales**

Las nuevas tendencias tecnológicas nos direccionan al uso masivo de las mismas, desde los años 50 donde ya se utilizó la unión de audio y video, para captar de mejor manera los sentidos de atención, con una finalidad netamente comercial y de entretenimiento, hoy en día se busca y se otorga una función completamente distinta a los complementos de audio y video, y se los involucra en procesos de educación, la producción masiva de los llamados tutoriales como soporte de aula han cambiado la connotación y los han transformado en recursos fundamentales para el docente, ya que permiten una mejor comprensión y mejoran el nivel de atención del estudiante, lo que genera un mayor y mejor conocimiento.

### **2.4.1. Audiovisual tecnificado**

Se considera audiovisual tecnificado a la percepción de la realidad a través de la técnica, en donde se intercala la realidad del receptor, sin producir ningún contacto físico entre la realidad y el perceptor, la cual tiene varias características que las detallaremos a continuación:

1. Se realiza un énfasis en las percepciones y sentidos de la vista y del oído generando una expectativa mayor en cuanto al contenido.
2. Se prolonga en el espacio, el distanciamiento es físico pero introduce también un distanciamiento psicológico y este distanciamiento crea un muro que modifica y enfría las reacciones por parte del receptor pero agudiza el sentido de la atención, por parte de los espectadores.
3. Mediante la grabación de un registro permite que éste, a posterior pueda reproducirse en uno u otro lugar.

4. Se multiplica la percepción y permite que los contenidos sean asimilados por una cantidad mayor de espectadores, como ventaja si un grupo de 50 personas puede ver puede observar un solo contenido a través de un solo aparato.

La técnica audiovisual puede efectuarse de forma independiente o unificada.

5. Audiovisual gráfico estático existe la posibilidad de realizar y utilizar una imagen o un ícono, percibido exclusivamente por ejemplo la fotografía acompañadas de un audio relativo a la imagen.

6. Gráfico dinámica existe la posibilidad de un tratamiento distinto al gráfico estático, donde se incorpora el video o secuencia de tomas acompañado de un audio, y distintas incorporaciones como la voz en off y la intercalación de texto en el video.

#### **2.4.2. Representantes de la producción audiovisual enfocada a la ecología**

Dentro de los representantes de la producción audiovisual ecológica, hemos encontrado en el vecino país de Colombia, a Fernando Riaño quien es un documentalista, quien ha pasado su vida en la investigación y producción de documentales para la televisión colombiana, siendo productor independiente ha dirigido varias series, entre las que destacan Expediciones submarinas y Expediciones ecológicas que han llegado a manos de NationalGeographic.

Ha dedicado más de veinte años a gestionar, diseñar y producir documentales de la vida silvestre y medio ambiente, permitiéndole tener

el material más completo en temas de Ecología, que le ha llevado a que sus documentales pasen a ser patrimonio cultural y científico.

La alta calidad artística y técnica de este archivo enriquece más este material que por más de veinte años ha captado con su lente imágenes del territorio y ambiente de Colombia, posee de igual manera un valor histórico ya que ha documentado varias imágenes que con el tiempo han desaparecido, como es el caso de la formación de los arrénciales.

Dentro de las producciones locales y regionales de nuestro contexto han sido escasas en nuestra investigación, por lo que nos motiva a realizar este trabajo, para promover de esta manera las iniciativas de conservación, difusión y protección de los páramos andinos, riqueza que nuestros pueblos han venido cuidando por mucho tiempo, y que hoy en día mediante los medios de la comunicación, podemos continuar con la preservación de estos ecosistemas.

### **2.4.3. Conceptualizaciones fundamentales de la comunicación**

La comunicación debe ser vista como un proceso técnico-conceptual, en donde existe emisores y receptores con capacidad de respuesta de manera crítica y analítica, en un contexto y referentes determinados, con objetivos y necesidades afines.

La comunicación durante la historia de la humanidad se ha convertido en una pieza fundamental, para el desarrollo de la inteligencia y por ende de la sociedad, es una interacción humana que obedece a factores contextuales los mismos que se convierten en determinantes al momento de comunicar, es por ello que se han ideado varias maneras y formas, para poder comunicar pasando desde la parte escrita, verbal, audiovisual hasta llegar a espacios de diálogo de alto nivel, como lo establece la dialéctica.

#### **2.4.4. Teoría de la comunicación social**

Si hablamos de teorías, siempre habrá una interpretación filosófica sobre un problema determinado, la teoría no es más que una interpretación o explicación científica que hace el mundo de la realidad. La praxis es distinta a la teoría, pues constituye un reflejo y una reproducción mental, idea de la verdadera realidad, pero deben trabajar juntas la teoría y la práctica en un 50% y 50%.

La comunicación social nace de la necesidad humana, por dar a conocer un hecho o realidad, acaecida en un contexto determinado entiéndase por contexto el espacio tiempo donde se desarrolla una actividad, la teoría de la comunicación social nos permite conocer aspectos importantes de los parámetros complejos que tiene cada uno de los elemento inmersos en la comunicación social.

##### **2.4.4.1. Teoría funcionalista**

La teoría funcionalista interpreta los fenómenos sociales y los compara con el cuerpo humano, lo establece como un sistema este órgano cumple determinadas funciones dentro de la sociedad, su función específica es la de mantener informadas a la sociedad, no siempre con una objetividad porque la verdad puede ser manipulada a través de la subjetividad.

La teoría funcionalista sostiene también que la sociedad puede estudiarse asincrónica y sincrónicamente, observar sus necesidades satisfechas o insatisfechas por instituciones que cumplan funciones, las instituciones se transforman para cumplir nuevos y mejores objetivos y satisfacer necesidades imperantes en la sociedad.

La teoría funcionalista realiza un enfoque de la comunicación como un sistema de acción y reacción donde influye más la retroalimentación constante por la respuesta, este sistema de acción social esta cimentado en el sistema de valores o el sistema económico.

#### **2.4.4.2. Teoría estructuralista**

A diferencia de la teoría funcionalista que simplifica las interacciones de la comunicación, la estructuralista conjuga más su mensaje, otorgándole un peso mayor al emitirlo permitiéndonos darle un significado, otorgando signos como medio de interacción social.

#### **2.4.5. Géneros periodísticos de producción**

Los géneros de la producción en si permiten construir mensajes de acuerdo al objetivo y público de un determinado sector demográfico. Estos géneros son elaborados con creatividad y un alto nivel de profesionalismo en cuanto a la teoría, e inciden directamente en el cambio de emociones del espectador al cual se pretende llegar.

**a. Reportajes.-** Los reportajes están dentro los productos audiovisuales más vistos ya que son los que más se utilizan en noticias, cuya duración es de 5 a 10 minutos considerándolos como el tiempo adecuado para este género, llevan el mensaje directo desde la fuente, por que quien lo investiga interactúa directamente con el involucrado.

**b. Entrevistas.-** La entrevista comprende un sinnúmero de técnicas para recabar información de un determinado tema, desde el punto de vista humano se le puede otorgar diferentes enfoques que pueden estar basados, en el estilo la personalidad de quien entrevista, o condicionados a las políticas que maneje un medio de comunicación.

**c. Documental.-** Este género es el más demandante en tiempo y recursos, su duración está determinada por la investigación y la complejidad de recabar datos, que corroboren el documento fehaciente audiovisual, en el aspecto técnico tiene una duración de 20, 30 hasta 60 minutos, no es un género donde se pueda explotar la creatividad ya que se encuentra condicionado a un relato visual de una realidad contextual, se puede realizar un aporte de orden estético en cuanto a la composición de imagen, la búsqueda de locación acordes al contenido, y hoy en día este género ha sido llevado al cine documental.

**d. Vox populi.-** Considerado como el mensaje rápido, carece de una investigación previa, pero nos permite generar opiniones directas del pueblo, donde se puede identificar realidades y necesidades urgentes del contexto.

**E. Spots.-** Son productos comunicacionales que tienen una duración de máximo un minuto, tiene un alto grado de persuasión, los cuales hacen al televidente desear ese producto al cual estoy promocionando. Los spots pueden ser propagandísticos, comerciales o educativos.

Es un género muy recurrente dentro de la producción audiovisual de hoy en día, sobre todo en el ámbito televisivo, es uno de los más óptimos y eficaces debido a la simplificación del mensaje, después de haber investigado, estudiado y analizado un concepto establecido, con diferentes temáticas que representan necesidades sociales, ya sean estas de carácter publicitario, político y social, necesitan de un corto tiempo para su emisión, de entre 30 segundos a 1 minuto.

**E1. Spots políticos y sociales.-** Trata de re direccionar la imagen de las personas involucradas en ciertos partidos, para poder resolver las necesidades de llegar a diferentes focusgroup, cumpliendo con la de mantener una buena imagen frente al pueblo.

**E2. Spots Publicitarios o comerciales.-**Tienen como finalidad el posicionar una marca, producto o empresa que requiera que su oferta o servicios, sean las necesidades de los consumidores, a través de imágenes que motiven a su consumo.

**E3. Spots Educativos.-** Poseen valores que llegan a los sentidos y sentimientos de las personas, a su vez contribuye con el incremento de conocimientos con campañas que motiven al desarrollo personal de la sociedad.

## **2.4.6. Equipo de producción audiovisual**

### **2.4.6.1. Miembros del equipo de producción**

Se podría mencionar la mayoría de miembros que se ven involucrados en la realización de un producto audiovisual, pero en nuestro contexto carecemos de un presupuesto adecuado, para la contratación de estos miembros, debido a esto las necesidades del proyecto se ajusta al presupuesto que tengamos.

### **2.4.6.2. Área de producción**

#### **a. Productor Ejecutivo**

Cumple un rol fundamental en la organización técnica y de administración de recursos económicos, en ciertos casos puede ser el gestor general del proyecto audiovisual.

#### **b. Diseñador Audiovisual**

Se encarga de diseñar la estructura visual, que va adquirir la programación general así como los géneros, el estilo, la composición visual del proyecto y otorga una identidad de acuerdo al estudio de un estudio previo de una determinada audiencia.

El perfil profesional del Diseñador audiovisual está comprendido en los campos de Diseño Gráfico, comunicador social, productor, realizador y estudio de las bellas artes.

### **c. Asesor de Contenido**

Es quien se encarga de las correcciones del contenido, quien supervisa que la programación inadecuada sea clara, veraz y que no sufra alteraciones o tergiversarse la información, aporta con la alta calidad de investigación y uso apropiado del lenguaje de acuerdo al contexto.

### **d. Pedagogo**

Al tratarse de contenidos netamente educativos el pedagogo cumple un rol, importante en el objetivo general, busca una estrecha relación entre los objetivos particulares que tiene el proceso de enseñanza aprendizaje, revisa aspectos relativos a la estructura pedagógica de los contenidos, trabaja básicamente con el asesor de contenido o con el guionista.

### **e. Guionista**

Se encarga de establecer y desarrollar la estructura del guión, esto lo realiza previo a una reunión con todos los involucrados en el proyecto audiovisual, una vez aprobado de manera general el libreto o guión, por parte de los directores del área de producción se toman leves sugerencias, y este guión se lo plasma en el trabajo final audiovisual.

### **f. Asistente De Producción**

El asistente es el representante del productor en todas las actividades operativas, coopera como productor convirtiéndose en su mano derecha, en todas las actividades tanto técnicas, teóricas y logísticas en la realización del proyecto audiovisual, realiza un minucioso

registro de peticiones de permisos, y peticiones de elaboración o compra de insumos, recaba datos del elenco para su localización, contratación y posibilidad histriónica de los mismos.

#### **g. Director de Cámaras o Realizador:**

El director de cámaras es una persona altamente creativa, ya que selecciona los ángulos adecuados para los camarógrafos, por lo general trabaja conjuntamente con el director o productor técnico, y es el encargado de dirigir de manera general, el equipo técnico al momento del rodaje o producción.

#### **h. Camarógrafo**

Se encarga de capturar las imágenes en la escena donde sucede la acción, las mismas que tienen un alto contenido artístico y técnico, su responsabilidad es de capturar las imágenes de acuerdo a las órdenes del director de cámaras y del productor, se encarga de los movimientos, la posición y la colocación de la cámara en los lugares apropiados para la filmación de las escenas del producto audiovisual.

#### **i. Editor Técnico**

El editor técnico se encuentra en la tercera etapa de la producción que es la parte final, éste recibe imágenes en bruto para la posterior selección de acuerdo al criterio del guionista del productor y del director, se encarga también de montar la línea gráfica, audios y caracteres especiales de la producción, debe tener un alto conocimiento en lo estético y lo técnico.

#### **j. Director de Arte**

El director de arte tiene un alto conocimiento, del aspecto netamente artístico en cuanto a la composición de imagen, y de la parte estética en cuanto al tratamiento de las escenas o locaciones con relación a las tomas para la producción, generalmente selecciona las locaciones adecuadas en las fases del scouting técnico en la parte de fotografía.

#### **k. Utilero**

El llamado utilero es el que consigue todos los elementos requeridos para la ambientación del guion, tiene un conocimiento técnico en cuanto a la parte electrónica o eléctrica de los equipos, se encarga también de labores de logística, y se encarga de la movilización, la iluminación, y se convierte en una persona indispensable para el adecuado uso de la producción.

#### **l. Diseñador Gráfico**

Es la persona encargada de la parte creativa en cuando a la línea gráfica, hablamos de imagen, (fotografía, tipografía, ilustraciones, logotipos, isotipos, imagotipos,), regularmente hace un breve esbozo del llamado StoryBoard el cual permite al realizador, visualizar detalles específicos para la secuencia de planos o continuidad de imagen.

#### **m. Maquillista**

La o el maquillista es la persona encargada de mantener la estética personal, de las personas involucradas dentro del proyecto audiovisual o televisivo, tiene un gran conocimiento en mejorar la apariencia o desmejorar la apariencia del personaje a través del maquillaje, corrige

ciertas facciones para que a las personas se las pueda apreciar de una manera óptima en pantalla.

### **2.4.7.Fases de la producción**

El proceso de la producción está comprendido por tres etapas esenciales: la preproducción, producción y post producción,

#### **2.4.7.1. Preproducción**

En la etapa de preproducción se establece una serie de requerimientos en cuanto al ámbito de planificación y estructuración de la investigación, se plantea el primer concepto o guión literario, se complementa con el llamado StoryBoard, y se establece una relación de correspondencia entre el guión literario y el StoryBoard, para tener como resultado el llamado guión técnico, la preproducción es la fase donde recompilamos todos los elementos para la producción en sí, en el caso de una producción para una empresa nos basamos en una investigación simplificada, del concepto general de la misma (brochure - branding) estos son considerados una especie de brief o resumen de la imagen corporativa de una empresa o institución, en esta etapa también se establece un riguroso cronograma a cumplirse, el mismo que nos permita optimizar los recursos: humanos, técnicos, tecnológicos y económicos, el factor económico siempre estará condicionado a la complejidad del productor audiovisual, cuando hablamos de productos audiovisuales comunicacionales se prioriza determinar el grupo objetivo, y el target al cual va ir dirigido dicho producto audiovisual comunicacional, se hace un estudio demográfico y contextual. En esta misma etapa se realiza el

llamado scouting técnico entre el director, productor guionista y director de fotografía.

#### **2.4.7.2. Producción y rodaje**

Una vez establecido por completo la etapa de preproducción, ponemos en práctica todo lo relacionado a lo conceptual, para el desarrollo de esta etapa de producción, debemos contar con profesionales especialistas en la parte teórico técnica en cuanto al manejo de equipos, y profesionales en cuanto a la teoría de imagen y comunicación, podemos acotar también que se debe realizar un tratamiento artístico, estético en toda producción, es por ello que dentro del talento humano debe considerarse siempre, al llamado director de arte.

En el desarrollo de la producción y composición de imagen, se realiza una selección de encuadres, ángulos óptimos y movimientos, de acuerdo al criterio técnico objetivo y subjetivo de las personas inmersas en la producción, se realiza el llamado rodaje en la locación, que será determinada por la acción a desarrollarse dentro de la producción.

Dentro de la captura de imágenes para pasar a la preproducción, la captura de imágenes deberá de ser de 10 minutos por cada minuto de edición, ya que esto nos facilitará en el proceso de preproducción la edición, y no correremos el riesgo de tomas fallidas o que falten.

También se realiza una serie de tomas al azar complementarias que servirán de relleno, en la parte de edición del producto final, no podemos olvidar una parte sustancial dentro de toda producción que corresponde a la iluminación, esta deberá tener un tratamiento especial para cada

concepto a manejarse dentro del rodaje, de la iluminación depende en gran porcentaje la calidad de la producción a realizarse.

#### **2.4.7.3. Postproducción**

Esta etapa consiste en la parte final del proceso de producción, se realiza una recopilación de todo el material en bruto, resultado de la etapa producción o rodaje, se selecciona también la línea gráfica para el tratamiento de montaje proporcionada por el diseñador gráfico y fotógrafos dentro de la producción, se adjunta todo el material de audio a utilizarse dentro de la producción, generalmente en la etapa de producción se captura el audio y la imagen por separado, esto para que el tratamiento de imagen y audio sean recibidos por los expertos en cada área para su proceso de depuración de contenidos, y se realizará una copia de respaldo de todo el material en bruto.

Pasamos a la etapa de selección de imagen o primer corte de edición, existen varios programas para la edición de imágenes, el que recomendamos es el ofertado por el paquete adobe llamado ADOBE PREMIER, ya que permite ciertas ventajas en la etapa de posproducción, las personas involucradas en este proceso, son el productor, director, sonidista, editor y los técnicos asistentes de laboratorio.

Una vez realizado el primer corte de edición que determina las secuencias óptimas para el montaje, pasamos al segundo corte de edición, este corte está basado en las técnicas de edición ya sea por continuidad de imagen, o continuidad de criterio, se realiza también la primera sincronización de sonido e imagen, se obtiene un material audiovisual neutro, el cual será entregado a los especialistas en colorización, efectos especiales, sonidistas y masterizadores, para su respectiva masterización y remasterización obteniendo un producto

audiovisual de acuerdo al estándar requerido en la actualidad para la producción en cuanto a formatos (HDV 1920X1080).

#### **2.4.8. Criterios de edición**

**a. La primera toma.-**es el encabezado o parte sustancial que resume todo el contenido de la producción audiovisual.

**b. Secuencias de planos.-**Los planos deben mantener la llamada coherencia de imagen, esto significa una relación de pertenencia, entre la imagen uno, dos y tres, la imagen tres debería conducirnos hacia la imagen uno hacia la tres, incluso sin necesidad de pasar por la dos, la continuidad es la interrelación de las imágenes en cada plano para dar un mensaje.

**c. Duración de Planos.-**está condicionada directamente con el contenido del concepto, y está relacionada con los elementos de la composición de imagen sujeto, objeto, acción, iluminación, escenario, ambientación entre otros.

#### **2.4.9. Tipos de edición**

**a. Edición en vivo.-** Es la que se realiza en el momento exacto en el que suceden los hechos, para luego pasar a una reprogramación de ese contenido, dentro de un horario especial.

**b. Edición por sonido.-** El sonido constituye un factor importante para la edición, de hecho es considerada una técnica en el proceso de edición y montaje, se basa en el ritmo y los altibajos que permiten marcar el cambio de escena de acuerdo a la secuencia, generalmente nos sirve para dinamizar o impactar al espectador, existen también técnicas que influyen en la manipulación del espectador cuando en el sonido y en la edición se trabaja con 4:40 y se lo baja a 4:38.

**c. Edición en paralelo.-** Constituye el manejar dos ejes argumentales de criterios en base a una historia, aparentemente al inicio no tiene una relación pero se entrelazan al final para complementar el mensaje, como técnica también dinamiza y hace que el espectador cuestione lo que está observando.

**d. Edición por contraste.-** Es una forma de asociación de ideas dispersas en el relato visual de una historia, se propone dos ideas contrapuestas de algún evento cotidiano de la vida.

**e. El corte.-** Es una irrupción para una transición simple, permite conectar una escena o una situación con la otra, de manera visual rápida y directa, es contundente e inmediata la reacción que puede provocar en el espectador.

#### **2.4.10. Tipos de corte**

**a. Por continuidad.-** Sirve para interrelacionar imágenes de manera coherente, en el momento del primer corte, crea la sensación de un ritmo activo en la escena.

**b. Por relación.-** se establece una relación codependiente entre la acción y el escenario, o se puede hilar a través de la relación existente por la temática a tratarse.

**c. Dinámico.-** Este corte establece una relación directa, entre causa y efecto en la escena de un relato visual, imprime fuerza y dinamismo, existen transiciones rápidas en la parte de los efectos.

**d. Retardado.-** Este corte se lo establece con la finalidad de crear emociones en el espectador, retrasa intencionalmente la relación de una imagen con otra en el corte.

**e. Imagen estática con imagen de movimiento.-** Este corte en el relato audiovisual, aporta a crear velocidad, energía, violencia y rapidez en el contenido.

**f. Imagen en movimiento con imagen estática.-** Este tipo de corte se lo utiliza, para irrumpir de manera abrupta la acción con la finalidad de generar dinamismo en la escena.

**g. Abrir o cerrar una acción.-** Esta acción otorga una fuerza, que irrumpe en muchos de los casos la pasividad de la secuencia.

#### **2.4.11. Unidades del discurso audiovisual**

**a. Toma.-** Es el primer segmento de la película, en caso de cinta de video y es el inicio del primer fotograma en el formato digital, se cuenta el espacio de tiempo desde que inicia hasta cuando se detiene, existen variantes de tiempo las mismas que estarán relacionadas al libreto.

**b. Plano.-** Se entiende por planos a la selección del encuadre de la escena, nos sirve como referente en la postproducción – montaje y edición, y existe aproximadamente 7 planos, gran general, general, americano, medio, primer plano, primerísimo primer plano, plano detalle.

**c. Escena.-** Es el fragmento de la acción, que está formada por un conjunto de escenas con relación a la toma, cumple la función de una unidad espacio temporal y articula de dos a tres planos, varía de acuerdo al criterio de director y del productor, y se encuentra siempre determinada por el guión técnico.

**d. Secuencia.-** Se encuentra formado por un conjunto de varias escenas, necesariamente no es un referente de unidad de espacio temporal, en la que se puede hacer un tratamiento por capítulos, varía de acuerdo al criterio de director y del productor, y se encuentra siempre determinada por el guión técnico.

**e. Bloque.-** Constituye el resumen de una situación dramática o informativa cerrada, es decir contiene un comienzo y un final tácito.

#### **2.4.12. La imagen**

La imagen está considerada como una representación visual, realiza una descripción de las formas y la apariencia de un objeto real, a partir de la percepción visual mental del espectador, se puede atribuir diferentes conceptos a una misma imagen dentro de la producción audiovisual, es por ello que el tratamiento en cuanto a la imagen, con la relación de objetos en la composición de imagen y teoría de imagen deben mantener una coherencia, para una lectura visual adecuada.

##### **2.4.12.1. Funciones de la imagen**

La imagen puede tener diferentes funciones, en cuanto a la connotación y denotación dentro de la producción audiovisual en el aspecto de signo, símbolo, significante y significado.

**a. Función conativa:** Relacionada directamente con la persuasión, tiene como función convencer al espectador, se la utiliza frecuentemente en los productos audiovisuales publicitarios.

**b. Función Fática:** Se basa en el uso del contraste, con relación al tamaño de las imágenes o de los elementos, es un recurso frecuente en mensajes de orden publicitario.

**c. Función referencial:** Generalmente se la utiliza para ilustrar una noticia o un texto, con la finalidad de resumir una información, es frecuentemente utilizada en textos o libros.

**d. Función emotiva:** Como su nombre lo dice esta encargada de transmitir emociones y jugar con la parte sensible de los seres humanos, generalmente está representada por llanto, lágrimas, abrazos, risas, agresiones, golpeando la psiquis de las personas.

**e. Función poética:** Estas imágenes o grafemas, buscan como sentido explícito la belleza a través de la parte artística dentro de la escena y tienen valía por sí mismas.

#### **2.4.13. Composición de imagen o planos**

Existen dentro de la fotografía base de la producción audiovisual siete planos, que intercalados entre si y alternados nos permiten realizar una composición de imagen adecuada, los mismos que serán descritos a continuación:

#### 2.4.13.1. Según el tamaño del plano

- a. **Plano Gran General:** Este plano constituye el 100% del ambiente con relación al individuo, tiene una función específica y un valor descriptivo en la connotación audiovisual, puede tomar un tinte dramático describiendo sensaciones de soledad o de dimensión del hombre en relación a su espacio, sirve como recurso en cuanto al movimiento de manera panorámica o de paneo.
  
- b. **Plano general:** En relación al plano Gran General el general presenta también un escenario amplio, pero mantiene un equilibrio de espacio entre la persona y el ambiente, tiene también un valor descriptivo narrativo o dramático, la acción que pueda ejercer la persona o las personas dentro de este plano determinan el uso del mismo.
  
- c. **Plano americano:** El plano americano fue una necesidad de productores estadounidenses, por encontrar solución a un plano más amplio que el medio, debido a que los pistoleros del lejano oeste poseían chaparreras muy por debajo de la cintura, por este motivo se abrió más el plano y se lo denominó americano, constituye tres cuartos de la persona llamado también plano medio largo.
  
- d. **Plano medio:** Constituye como factor de medida a figura humana para el encuadre, toma como referencia desde la parte del ombligo hasta la cabeza guardando un espacio relativo de cuatro dedos de distancia con la parte superior, se utiliza en la representación de situaciones emotivas que requieran dos personas.

**e. Primer plano (bigclose up):** Constituye o toma como medida desde las clavículas de la persona hacia arriba, generalmente se la utiliza para entrevistas o para denotar situaciones puntuales con relación a la reacción de la persona.

**f. Primerísimo primer plano (close up):** Es un plano invasivo infiere directamente en el rostro de la persona, para destacar emociones o reacciones o simplemente develar rasgos estéticos de una persona.

**g. Plano Detalle:** Se destaca por su corte específico de ciertas partes del cuerpo humano, animales o detalles de objetos, hace que tenga una profundidad de campo reducida, ya que el punto focal se encuentra muy próximo, generalmente es el más utilizado en el área de publicidad de cosmetología, para reflejar o destacar intenciones o señales en la producción.

**(Plano de situación)** Es un plano complementario de cierre, es utilizado para determinar un espacio tiempo o localizar una acción dentro del espacio.

#### **2.4.13.2. Ángulo Visual**

Según la circunferencia de producción, que implica el +180 que constituye toda la parte frontal de la escena en la producción, el -180 corresponde a la parte posterior en la escena de la producción.

- a. **Ángulo frontal.-** Constituye una toma frontal directa, usando uno de los siete encuadres, con la respectiva corrección de la horizontal entre el camarógrafo y el sujeto.
  
- b. **Ángulo Tres cuartos anterior derecho.-** Constituye el recorre tres pasos hacia la derecha a través de la línea del círculo, obteniendo un Ángulo de treinta grados con relación al ángulo frontal, sirve para destacar espetos estéticos dentro del personaje.
  
- c. **Ángulo lateral derecho.-** Constituye una toma desde el lado derecho de la persona, puede abarcar cualquiera de los siete planos, destaca el perfil de la persona y la intención de la mirada.
  
- d. **Ángulo tres cuartos posterior derecho.-** Destaca parte de perfil posterior del sujeto, sirve para ocultar la intención de la mirada.
  
- e. **Ángulo posterior o shot back.-** Este ángulo captura la parte posterior del sujeto, con la consiguiente intención de proteger la identidad del mismo.
  
- f. **Ángulo tres cuartos posterior izquierdo.-** Destaca parte de perfil posterior del sujeto, sirve para ocultar la intención de la mirada, que está ubicada en el lado izquierdo.

- g. Ángulo lateral izquierdo.**-Constituye una toma desde el lado izquierdo de la persona, puede abarcar cualquiera de los siete planos, destaca el perfil de la persona y la intención de la mirada.
- h. Ángulo tres cuartos anterior izquierdo.**-Constituye el recorre tres pasos hacia la izquierda a través de la línea del círculo, obteniendo un ángulo de treinta grados con relación al ángulo frontal, sirve para destacar aspectos estéticos dentro del personaje.
- i. Ángulo cenital.**-La toma desde el ángulo cenital es la que abarca de manera perpendicular, parte de la llamada corona en la cabeza de a persona.
- j. Ángulo superior.**- Este ángulo comprende toda la superficie de un área o plano de tierra, donde el sujeto puede ser enfocado en diferentes posiciones desde la parte superior.
- k. Ángulo picado.**- Este ángulo superior es proyectado de manera oblicua hacia el suelo, para representar un personaje síquicamente débil o inferior.
- l. Ángulo contrapicado.**-Es la parte opuesta al ángulo picado donde la toma se proyecta desde el suelo o a ras de piso de manera

oblicua hacia la parte superior del personaje, para representa un personaje psíquicamente fuerte, dominante o superior.

**m. Ángulo subjetivo.-** Se lo interpreta cuando la cámara toma el rol del sujeto, generalmente se ubica la cámara sobre el hombro del sujeto, sirve para realizar un seguimiento abrupto de reacción del sujeto ante una situación inesperada.

#### **2.4.14. Storyboard**

Después del guión literario el StoryBoard, constituye una parte sustancial e importante para armar el guion técnico, es básicamente un conjunto de ilustraciones, mostradas en una secuencia aproximada al tratamiento que se le va a dar a la parte gráfico dinámica o video, sirve de guía para entender o pre visualizar la estructura de una producción, está comprendido por ciertos aspectos técnicos en cuanto al manejo de tiempo, descripción de la escena, tiempo de escena y otros complementarios como voz en off, diálogo, música de fondo o sonido ambiental, es considerado una planificación previa al rodaje de escena, las imágenes que conforman el StoryBoard están comprendidas por dibujos o bocetos a mano, ilustraciones o fotografías, para facilitar el uso o manejo de este método, podemos encontrar diferentes formatos de elaboración de StoryBoard en internet, las imágenes que pueden contener el llamado StoryBoard, vienen del resultado del scouting técnico o exploración de las locaciones.

#### **2.4.15. Cámara profesional de video**

Las cámaras actuales nos presentan una gran variedad de versatilidad para la producción audiovisual, en esta época contamos ya con las nuevas cámaras digitales, las cuales presentan ya un trabajo profesional a nivel de imagen. Las cámaras DSRL han marcado una nueva época de producción, gracias a su bajo costo y su imagen semejante a la de cine, otorgan a la producción un alto nivel de calidad no solo en imagen, si no en composición ya que la versatilidad de lentes que se les puede añadir, permiten que estas cámaras se conviertan en las adecuadas para producciones a bajo costo, hay pro y contras que con los años van mejorando en sus nuevos diseños, como mejorar el moire que es un problema muy común en cámaras digitales y análogas profesionales, poco a poco se van metiendo en los estándares que requiere el cine, ya que producciones de gran renombre han utilizado este tipo de cámaras, para capturar pocas tomas de su producción, con lo que alcanzan de a poco un gran valor dentro de la producción audiovisual.

##### **a. Partes de un sistema de cámara**

Hablando del sistema de la cámara tenemos que tener en cuenta, el cuerpo de la cámara en el que se encuentra todas las funciones que vienen integradas en sus menús, esto permite que dentro de la producción se optimice el tiempo de acuerdo a los ambientes en el cual nos encontremos, estos determinan la variación de luz, el enfoque, la exposición de la cinta o del sensor ante la exposición de la luz.

Los sistemas a través de los años han mejorado, cumpliendo así con las nuevas exigencias de la producción, como la mejora en los fotogramas por segundo, que mantienen a la imagen de acuerdo a su uso ya sea este televisión con el que se trabaja con 60fps y 30fps, en el cine tendremos

los 24fps que es lo que la vista humana está acostumbrada a observar diariamente, y 120fps o 200fps que son para efectos especiales que requiera la producción, lo cual requeriríamos de una cámara adaptada para este tipo de exigencia en fotogramas.

## **B. En la cabeza de cámara tenemos**

**B1. La óptica:** Es el sistema que se encarga de controlar la imagen con un sistema de lentes, los cuales pueden ser intercambiables o de focales fijas, todo depende del modelo de la cámara que se utiliza, y la marca que las fabrique.

**B2. El cuerpo de cámara:** Es donde se encuentra la mayoría de funciones, que nos permiten variar la incidencia de luz, el enfoque, la sensibilidad, la exposición, audio y efectos que requiera nuestra producción, de acuerdo al modelo y fabricante que se adquiera.

**B3. El adaptador triaxial, o el adaptador al sistema de conexión elegido con la estación base:** comunica de manera directa o en algunos casos a un monitor de referencia, para que la imagen que se ve en el visor sea la que se vea en la estación base, para que el director controle la imagen a ser capturada.

#### **2.4.16. Movimientos de cámara**

**a. Paneo.-** Este movimiento comprende movimientos ya sea de derecha a izquierda y de izquierda a derecha, que intercalados nos permiten observar con mayor tiempo la escena, otorgándole tiempo de visualización óptimo y dinamismo a la imagen.

**b. Till up.-** Este movimiento se caracteriza por el movimiento de abajo hacia arriba, que hace que el espectador se interese más en lo que se va a presentar, poniendo una duda en sus mentes.

**c. Tilt Down.-** El movimiento se lo realiza de arriba hacia abajo, que hace denotar la intención del sujeto con respecto a su acción, puede haber variantes y funciones con respecto a cada movimiento.

**d. Dolly In.-** Se lo realiza de tal manera en que la cámara se la direcciona hacia el motivo o sujeto en escena, este movimiento se lo realiza con el apoyo de una pieza fundamental en el tripie de la cámara, llamado como araña que tiene ruedas, que nos permiten estabilizarlas de tal manera que el dolly in no sufra alteraciones en la toma de la secuencia de imagen.

**e. Dolly out.-** Este movimiento hace que la cámara se aleje del sujeto o de la escena, hace que la toma se expanda en un buen porcentaje, para dejar que en la toma puedan situarse más elementos en la escena, permitiendo mayor dinamismo, es mayormente utilizado para finalizar una toma dejando al sujeto más alejado del espectador

#### **2.4.17. Movimientos complementarios o complejos**

**a. Grúa o pluma.-** Lo que hace es complementar movimientos con los cuales expendemos la versatilidad de la producción, ya que nos permite hacer tomas combinarlas con ángulos y movimientos, dentro de la producción de telenovelas, cortometrajes y programas de televisión son mayormente utilizados.

#### **2.4.18. Movimientos ópticos**

**A. Zoom:** Es un movimiento muy utilizado dentro de la producción, ya sea con objetivos de focales variables o focales únicas, la de focales variables nos otorgan una gran profundidad de campo, y son manipuladas por el camarógrafo, pero las de focales únicas que no permiten realizar zoom, requiere de un sistema de rieles con los cuales realizaremos el zoom.

Este recurso debe ser utilizado con el mayor respeto dentro de la producción audiovisual, ya que el uso excesivo de este recurso hace que algunos tipos de producción, mareen al espectador y la producción baja de calidad.

**B. Foco:** Este movimiento permite que dentro de la producción, la imagen sea reflejada de tal manera que mejore la óptica y la percepción de la imagen.

**C. Movimiento de la profundidad de campo:** Lo que nos permite este movimiento es cerrar y abrir el diafragma, dándonos mayor profundidad o menor profundidad de campo, en las nuevas cámaras DSRL este

movimiento requiere de la manipulación manual, con la manipulación de la apertura del diafragma.

#### **2.4.19. Movimientos digitales**

**A. Escala o zoom digital:** Este zoom digital es controlada por la cámara, permitiéndonos que la imagen sea alargada o expandida, para poder cubrir la imagen con las proporciones más pequeñas del cuadro.

En la mayoría de cámaras produce pixelación, ya que el zoom digital está diseñado para capturar imágenes que están más alejadas porque fuerza a la imagen, pero en el caso de cámaras DSRL ya que son de formato completo, nos permite hacer zoom dentro de edición, para que no pierda la calidad de imagen y no se produzca pixelación.

#### **2.4.20. Formatos de video**

##### **HD**

Se ha convertido en el nuevo formato para la televisión digital, con lo cual mejoramos el antiguo formato DV, ya que la nueva televisión es digital, y los canales se han acogido a este nuevo cambio tecnológico, su tamaño comprende 1920x1080 con lo que su imagen es de Alta Definición.

##### **2k y 4k**

Son formatos de cine y de producciones que en nuestro medio, son escasamente utilizadas debido a que su costo es muy alto, ya que implica un alto estándar y exigencias tecnológicas.

### **2.4.21. Formatos digitales**

Son los soportes donde la imagen será guardada, en el caso de las nuevas cámaras digitales, utilizan memorias de alta velocidad y rendimiento o llamas HS (High Speed), que permiten que la compresión de imagen sea más rápida pero con la mejor calidad, y en el caso de las cámaras de cinta utilizaremos cintas vírgenes, debido que no podemos correr el riesgo de reutilizar cintas por que la imagen grabada no tendrá la misma calidad.

### **2.4.22. Iluminación en video**

#### **2.4.22.1. Triángulo básico de iluminación**

**A. Frontal.-** constituye de la mayor carga lumínica, debe ser proyectada a través de un difusor o filtro, esto con la finalidad de mantener la imagen optima, en la que el sujeto no presente alteraciones abruptas en su rostro.

**B. Luz Lateral Derecha o de relleno.-** Ésta debe ser direccionada hacia un rebote o una superficie plana, la función de esta luz con el 50% de carga lumínica es de generar volumen al sujeto.

**C. Luz lateral izquierda.-** esta contiene el 25% de carga lumínica, se la direcciona levemente hacia una parte del sujeto, sirve para iluminar de manera directa el fondo para dimensionar a la persona con relación al ambiente.

### **2.4.23. Sonido**

El sonido es la cuarta parte de nuestra producción, con lo que no debemos trabajar con un audio de la cámara, para ello debemos utilizar sistemas de captura de audio, mejorando así la calidad de captura de audio. Los costos han ido mejorando con el tiempo, su adquisición ya se encuentra fácilmente en los mercados locales, permitiéndonos tener más acceso a equipos profesionales, que antes los encontrábamos mediante pedidos a otros países.

#### **2.4.23.1. Elementos del sonido**

**A. Sonido Directo.-** Se captura la voz directamente de los involucrados, o mediante locutor en un estudio para la grabación de la voz en off.

**B. Sonido ambiente.-** Este audio puede ser capturado para recrear el ambiente, en el cual se encuentran los involucrados dentro de la producción, nos permite identificar lugares y otorga profundidad y ambientación del espectador con la producción del trabajo final.

**C. Silencio.-** De esta manera ponemos en alerta los sentidos de los espectadores, para que sea la imagen la que cuente la historia detrás de la producción en lo que el sonido no quiere contar.

**D. Música.-** Factor esencial de la producción ya que ambienta, profundiza la narración, en ciertos casos causa que las personas se sensibilicen con

la imagen, con esto también damos paso al silencio o a la narración como acompañamiento.

**E. Efectos sonoros.-** Sonidos que son creados o recreados para que los espectadores mantengan la atención, estos son funcionales con la imagen y refuerza a la producción audiovisual.

## **2.5. Ecología**

En nuestro país con las nuevas políticas gubernamentales, la ecología ha llegado a ocupar un sitio preponderante dentro del modo de vida, es el único país que contempla en la constitución, el buen vivir como política de estado, el cual prescribe una convivencia en armonía con nuestro entorno, la ecología nos habla de respetar los ecosistemas circundantes y no alterar de manera negativa ninguno de ellos, habla también de difundir y concienciar la importancia de la preservación de ciertos espacios donde no deberíamos interferir con nuestra presencia, de manera complementaria también específica buscar los medios idóneos para educar a las futuras generaciones, para que estos no cometan los mismos errores que nosotros, la ecología entiende a la madre tierra como nuestra casa nuestro único hogar, el cual debe ser respetado y valorado en su totalidad.

### **2.5.1. La Flora de la Ceja Andina (Provincia del Carchi)**

Tradicionalmente los bosques altos andinos sobre los 2900m constituyen los bosques de ceja andina han sido descritos como “bosques de duendes” por tener un dosel bajo de alrededor de ocho metros de altura, estar dominados por especies arbóreas o arbustivas con troncos tortuosos y postrados, lo que dota de una importancia única a este tipo de bosques nativos de la región, poseen también una gruesa capa de musgos y hepáticas cubriendo el suelo y los troncos de los árboles. Albergando una serie de microorganismos adaptados a crecer bajo condiciones climáticas extremas, con frecuentes temperaturas bajo cero grados y alta radiación solar. Las características biofísicas más sobresalientes del bosque de ceja andina son de la provincia del Carchi.

En vista de estas condiciones climáticas extremas encontradas a estas altitudes (baja temperatura, alta radiación, fuertes vientos), los bosques alto-andinos constituyen un hábitat de protección para especies de plantas y animales adaptados y nativos como orquídeas, aves, y mamíferos pequeños; algunos únicos en su especie.

Estas especies no están distribuidas regularmente y difieren entre las regiones norte y sur del país, debido a la presencia de barreras físicas de migración, a las diferencias de los depósitos geológicos y al clima. Al analizar en detalle la composición florística de este cinturón de vegetación encontramos que entre los 2500 y 3000 m existen 3911 especies y entre los 3000 y 3500 hay 2729 especies, y que la similitud florística entre estos dos rangos latitudinales es de 2103, es decir el 63% de especies. En la provincia del Carchi que representa solo una pequeña porción de los Andes del Ecuador, se han registrado alrededor de 3000 especies de plantas (19%), lo que enfatiza la importancia de la conservación de estos espacios, para poder mantener esta biodiversidad única en el mundo.

### **2.5.2. Fauna de la ceja andina**

En la ceja andina existe una enorme cantidad de especies autóctonas de la zona, las especies de animales y bosques de ceja andina son relativamente bien conocidas y documentadas, desafortunadamente, la fauna andina constituye el grupo de animales más amenazado de extinción en el país. Se estima que el 15% de las especies de mamíferos alto-andinos tienen algún grado de amenaza, por cuanto debemos tomar iniciativas para la preservación de las mismas, principalmente las aves que son un grupo particularmente importante en la ceja andina. Más de 120 especies de aves pueden ser vistas regularmente en este tipo de bosques nativos. Varias decenas de estas especies habitan todo su ciclo de vida en la ceja andina por lo cual

pueden ser muy sensibles a disturbios, al igual que animales mayores como el oso andino (*Tremarctus ornatus*) y el tapir de montaña (*Tapirus pinchaque*), los cuales utilizan fragmentos de bosque de la ceja andina para su alimentación y supervivencia.

### **2.5.3. La Población del Carchi**

Considerada como una de las fuentes más importantes en cuanto al ingreso de la agronomía y ganadería en el norte del país, constituye un centro de mercado y comercio muy importante al encontrarse en la frontera con el país de Colombia, dentro de la provincia del Carchi se constituyen aproximadamente 152 939 habitantes con la respectiva modificación del actual censo, formada por 6 cantones: Tulcán, San Pedro de Huaca, Montúfar, Espejo, Bolívar y Mira. Su población es mestiza con un alto grado de alfabetismo, alrededor del 90% de la población ha terminado al menos la primaria.

La provincia del Carchi viene a constituirse como la mayor reserva de agua dulce, ya que sus páramos aún guardan un alto nivel de humedad, permitiéndoles albergar mayor cantidad de agua en el subsuelo.

## 2.6.Educación

### 2.6.1.Teorías del aprendizaje

Para que la educación y el aprendizaje funcionen de manera adecuada debemos valernos de algunas corrientes y modelos pedagógicos los cuales deberán ser claros en sus lineamientos; para nuestro trabajo investigativo seleccionamos las siguientes.

### 2.6.2.Teoría cognoscitiva

Según Villarroel Jorge (1995) en su obra "Didáctica General" dice: ***"Explica el aprendizaje en función de las experiencias, información, impresiones, actitudes e ideas de una persona y de la forma como ésta las integra, organiza y reorganiza"***. Es decir el aprendizaje es un cambio permanente de los conocimientos o de la comprensión, debido tanto a la reorganización de experiencias pasadas cuanto a la información nueva que se va adquiriendo.

Para Piaget aprender es manipular, ejecutar, experiencias, permitir a las personas el manejo correcto de objetivos o situaciones que faciliten un aprendizaje práctico. Por ello aprender es llegar al conocimiento directamente, es decir a través de la investigación, de la consulta, aplicando los esquemas de asimilación.

Percibir no es aprender ya que el conocimiento proviene de la acción, por lo cual el ser humano es considerado como activo. Las experiencias y la relación directa con las situaciones presentes propenden a nuevos y buenos aprendizajes. El desarrollo intelectual se va

alimentando de experiencias anteriores y conocimientos presentes lo que permite ubicarse en un estado superior al anterior.

Lo que identifica a la teoría cognoscitiva es que considera al alumno o trabajador como un agente activo de su propio aprendizaje, en términos más técnicos, el alumno es quien construye nuevos aprendizajes, no es el profesor quien proporciona los mismos.

La concepción de que el alumno o en nuestro caso el trabajador es el único responsable de la construcción de sus aprendizajes, no le quita responsabilidad alguna al profesor o jefe de área, sino más bien éste se convierte en facilitador entre el conocimiento y el trabajador. Según esto el profesor es un profesional reflexivo y crítico lo cual le permite desempeñarse en forma creativa e intelectual frente a problemas didácticos educativos.

Existen factores que influyen en el proceso enseñanza – aprendizaje: los conocimientos previos que trae el alumno, la actividad mental, procedimental del aprendiz, la aplicación práctica de los nuevos conocimientos a la vida real y la verificación de los logros alcanzados.

### **2.6.3. Teoría del aprendizaje significativo.**

Entre los representantes más destacados de esta teoría se encuentra David P. Ausubel, (1978) este psicólogo explica en su obra *Psicología educativa*, ***“El aprendizaje a partir del significado y sentido que la información tiene para el estudiante, considerando sus vivencias, experiencias y conocimientos anteriores. La calidad y eficacia del aprendizaje está dada por él, por el grado de relación existente entre los conocimientos anteriores y el nuevo material, así***

***como por la naturaleza de esta relación; de esta manera se construye el aprendizaje significativo”.*** (Pág. 45)

El aprendizaje significativo permite al estudiante reconocer la estructura de un conocimiento, su utilidad y su ubicación dentro de sus esquemas mentales. Es el más insistente sobre la necesidad de que los estudiantes encuentren sentido a lo que aprenden. Por desgracia un alto porcentaje de los conocimientos escolares carece de significatividad para los estudiantes son simples nociones descubiertas por sabios o especialistas que deben ser memorizadas por la obligación del sistema educativo.

Para que el aprendizaje significativo sea posible, el material debe estar compuesto por elementos organizados en una estructura organizada de manera tal que las partes no se relacionen de modo arbitrario. Pero no siempre esta condición es suficiente para que el aprendizaje significativo se produzca, sino es necesario que determinadas condiciones estén presentes en el sujeto.

Este aprendizaje tiene lugar cuando el estudiante conoce que los temas están en relación con sus fines, sus propios intereses, aspiraciones y la solución de sus problemas personales, sean éstos: económicos, científicos o morales. De esta forma el alumno está auto motivado y adquiere un aprendizaje significativo.

En la educación este tipo de aprendizaje es el que se sugiere porque conduce al estudiante a la comprensión y significación de lo aprendido creando mayores posibilidades de usar el nuevo aprendizaje en diversas situaciones, tanto en la situación del problema como el apoyo de futuros aprendizajes.

El aprendizaje significativo es muy importante en la educación porque es el mecanismo humano que por esencia se utiliza para adquirir

y almacenar la extensa cantidad de ideas e información representada por cualquier campo del conocimiento.

#### **2.6.4. Teoría constructivista**

La construcción del conocimiento a través de un proceso sustancial, donde intervienen varios elementos como la parte psicológica, emocional crítica y el entorno social nos permiten modificar ciertos aspectos de la educación, los modificamos de manera altruista debido a que la educación retoma un aspecto humanista, el cual nos permite valorar a cada entidad biológica por su importancia dentro del desarrollo, el cual aprende a construir el conocimiento a través de experiencias vivenciales con nuestro entorno,

##### **a. Según Jean Piaget**

**“El constructivismo término utilizado por Piaget significa que el sujeto, mediante su actividad (tanto física como mental) va avanzando en el progreso intelectual en el aprendizaje; pues el conocimiento no está en los objetos ni previamente en nosotros es el resultado de un proceso de construcción en el que participa de forma activa la persona. En esta teoría se da más importancia al proceso interno de razonar que a la manipulación externa en la construcción del conocimiento; aunque se reconoce la mutua influencia que existe entre la experiencia de los sentidos y de la razón. Es decir la niña o el niño van construyendo su propio conocimiento.”**

## **b. Vigotsky**

**“Considera el aprendizaje como uno de los mecanismos fundamentales del desarrollo. En su opinión, la mejor enseñanza es la que se adelanta al desarrollo. En el modelo de aprendizaje que aporta, La interacción social se convierte en el motor del desarrollo. Vigotsky introduce el concepto de 'zona de desarrollo próximo' que es la distancia entre el nivel real de desarrollo y el nivel de desarrollo potencial.”**

**“Se refiere a como el ser humano ya trae consigo un código genético o 'línea natural del desarrollo' también llamado código cerrado, la cual está en función de aprendizaje, en el momento que el individuo interactúa con el medio ambiente. Su teoría toma en cuenta la interacción sociocultural, en contra posición de Piaget. No podemos decir que el individuo se constituye de un aislamiento. Más bien de una interacción, donde influyen mediadores que guían al niño a desarrollar sus capacidades cognitivas. A esto se refiere la ZDP. Lo que el niño pueda realizar por sí mismo, y lo que pueda hacer con el apoyo de un adulto, la ZDP, es la distancia que exista entre uno y otro”.**

### **2.6.5. Aprendizaje humanista**

Según el humanismo la educación se ocupa más del desarrollo general del estudiante, desarrollando las áreas cognoscitivas y afectivas, mientras que la educación actual se ocupa primordialmente del contenido, por esto el maestro tradicional es definido como instructor y el humanismo lo define como facilitador. Los humanistas están comprendidos con una educación que involucra a los sentimientos, las emociones, las motivaciones los gustos y los disgustos de los estudiantes.

Al concebir al niño como un todo (sentimientos y cognición), los humanistas pretenden fomentar el aprendizaje personalmente significativo e integrado. los humanistas están preocupados por el desarrollo del contenido relevante a los propios intereses y necesidades del niño(a).que tengan más libertad y responsabilidad en cuanto a qué, cuándo y cómo aprendan, de igual manera busca fomentar un sentido de afectividad personal que les permita aceptar y cumplir en forma afectiva con responsabilidad, y escoger lo que hacen y como hacen, ya que el aprendizaje humano crece y cambia rápidamente que los estudiantes necesitan más conocimientos; por lo tanto, la educación trata de adaptar a los estudiantes al cambio y ayudándolos a aprender cómo aprender, cómo resolver problemas y cómo efectuar cambios en sus propias vidas.

## **2.7. Tecnologías de información y comunicación direccionadas y aplicadas a campañas ecológicas conservacionistas.**

### **2.7.1. Concepto**

Las TIC optimizan el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación. Permiten actuar sobre la información y generar mayor conocimiento e inteligencia. Abarcan todos los ámbitos de la experiencia humana. Están en todas partes y modifican los ámbitos de la experiencia cotidiana: el trabajo, las formas de estudiar, las modalidades para comprar y vender, los trámites, el aprendizaje y el acceso a la salud, entre otros. Uno de estos instrumentos es el aprendizaje, es decir el uso de las tecnologías multimedia y la internet para mejorar la calidad del aprendizaje, hacerlo accesible a la gente que no está cerca a instituciones educativas y poner a disposición de todos innovadoras formas de educación en cualquier ambiente en que uno esté.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) -la unión de los computadores y las comunicaciones desataron una explosión sin precedentes de formas de comunicarse al comienzo de los años '90. A partir de ahí, la Internet pasó de ser un instrumento especializado de la comunidad científica a ser una red de fácil uso que modificó las pautas de interacción social.

Por Tecnologías de la información o Tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) se entiende un término dilatado empleado para designar lo relativo a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos. Ya que las nuevas tecnologías

de la información y comunicación designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad; Un buen ejemplo de la influencia de los TIC sobre la sociedad es el gobierno electrónico.

En resumen las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Es un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos de información y educomunicación. Algunos ejemplos de estas tecnologías son la pizarra digital (ordenador personal + proyector multimedia).

Para todo tipo de aplicaciones educativas, las TIC son medios y no fines. Es decir, son herramientas y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

## **2.8.Educomunicación**

La llamada educomunicación es una palabra relativamente nueva en el argotacadémico actual, ya que es la suma de la educación y los procesos metodológicos y pedagógicos que constituyen la misma, existen varias teorías dentro de la educación como el constructivismo, el aprendizaje significativo que cumplen un papel preponderante dentro de la educomunicación.

La teoría de la construcción de nuestra propia educación, nos permite adquirir ciertos niveles de criticidad frente al conocimiento que vamos desarrollando paso a paso, ya que podemos experimentar realidades

En cambio el aprendizaje significativo permite otorgar un valor al conocimiento este valor intrínscico emocional nos sensibiliza, el aprendizaje significativo versa que el individuo aprende más y mejor cuando tomamos como punto de partida una experiencia previa, esta experiencia primaria o temprana permite cimentar el nuevo conocimiento, que se pretende otorgar al individuo es una especie de reforzamiento, porque en el nuevo conocimiento se maneja tintes que permitan adentrarnos en los sentidos.

La Educomunicación también adopta al proceso de comunicación en si un proceso que es relativamente complejo al contar con varios elementos para llegar a la finalidad de llegar a la interacción humana, elementos tales como la idea o mensaje, el emisor el cual codifica el mensaje, el mensaje difundido por un canal ya sea este verbal, escrito, audiovisual estático o dinámico, el perceptor el cual asimila, analiza y responde a la respuesta del emisor, ésta llamada respuesta o feel back es el punto fundamental que busca la comunicación.

El factor que relaciona la educación y la comunicación, se lo llama Educomunicación el mismo que permite seleccionar o elegir un tema, en cualquier disciplina científica, tomamos como ejemplo el presente trabajo de grado donde se toma como temática la ecología. Dentro de la comunicación se seleccionó el canal que consideramos adecuado para la transferencia del conocimiento que son los audiovisuales, el producto audiovisual nos permite generar imágenes y audio relativos al tema ecológico y de conservación, de un ecosistema demográfico zonal (ceja andina del cantón Montúfar) y llevar al aula un compendio audiovisual que permita explicar la importancia de los sistemas ecológicos vulnerables de la zona, enfocados directamente a un público específico, que son estudiantes de nivel secundario de colegio representativos del cantón, estableciendo conferencias didácticas de la importancia en la preservación y conservación del medio ambiente, utilizando como una parte complementaria de la charla el factor audiovisual, para mayor y mejor comprensión de los sentidos, y al final de cada conferencia establecer una serie de preguntas relacionadas a la ecología y a las imágenes que pudieron observar y escuchar en el respaldo audiovisual.

Educación a través de los medios audiovisuales tomando una temática, y utilizando los procesos y teorías dentro de la educación, permiten generar una conciencia en las nuevas generaciones, el diseñar una campaña integral como finalidad de un proceso educomunicacional, es la mejor manera de poder llegar a una generación relativamente tecnológica, que responde directamente al audio y video y que puede reflexionar a partir de las preguntas que se puedan establecer del video mostrado, esta llamada Educomunicación integrada al desarrollo de las nuevas tecnologías, utilizándolas como un factor determinante de la educación, a través de tutoriales que propendan una conciencia conservacionista en las nuevas generaciones, el uso de medios audiovisuales por docentes universitarios, dentro de cada una de sus cátedras no es relativamente

nuevo, pero tiene una deficiencia en el proceso educomunicacional, ya que los llamados tutoriales a los cuales podemos acceder de manera directa a través de la internet, nos muestran realidades distintas metodologías de educación distintos escenarios distintos que a la final no llegan a convertirse en un aporte dentro del escenario actual, es por ello se observa la necesidad imperativa de crear productos audiovisuales, direccionados o interrelacionados con la educación, mostrando factores contextuales de nuestro entorno, para poder valorar de distinta manera lo que aprendemos.

## **2.9. Posicionamiento teórico personal**

El grupo investigador, luego de analizar los diferentes fundamentos expuestos en el Marco Teórico, y la presente investigación se basa en la Teoría del Aprendizaje Significativo, ya que se considera la más adecuada y la que se debería aplicarse en lo que se refiere a la utilización de las TIC'S y procesos Educomunicacionales, en la realización de esta campaña audiovisual.

Los procesos EDUCOMUNICACIONALES, consideran al proceso como una continuidad relativa ordenada, la EDUCOMUNICACIÓN no es un simple refuerzo metodológico, para los docentes y estudiantes, cumple un rol aún más importante ya que su finalidad está basada, en una forma de optimizar los recursos y ejes transversales de la asignatura, involucrando de manera directa a los sentidos, que poseen mayor grado de percepción en el ser humano, relacionados con los medios visuales.

<b>TABLA DE PORCENTAJE DE LOS SENTIDOS EN LA ATENCIÓN HUMANA</b>		
<b>EXPERIENCIAS</b>	<b>Porcentaje de atención</b>	
<b>SÍMBOLOS VERBALES</b>	Charlas y conferencias 36%	<b>36% CONFERENCIA DE ECOLOGÍA</b>
<b>SÍMBOLOS VISUALES</b>	Folletos y planos 69%	
<b>REGISTROS SONOROS</b>	Carteleras temáticas 64%	
<b>AUDIOVISUALES</b>	Exposiciones temporales 43%	<b>43% SPOTS ECOLÓGICOS</b>
<b>ITINERARIOS</b>	Recorridos por instalaciones técnicas 50%	
<b>DEMOSTRACIONES</b>	Demostraciones 36%	
<b>EXPERIENCIAS DRAMATIZADAS</b>	Juegos ecológicos 64% Campamentos 21%	
<b>EXPERIENCIA CONSTRUIDAS</b>	Talleres 43%	
<b>EXPERIENCIA DIRECTAS</b>	Visitas guiadas 66%	
	<b>Total</b>	<b>79%</b>

<b>TABLA DE PORCENTAJE DEL LOS SENTIDOS EN LA ATENCIÓN HUMANA</b>			
Leer un libro	<b>LEER</b>	10%	
Escuchar a otra persona	<b>OIR</b>	20%	

Ver un gráfico	<b>VER</b>	30%	
Ver un video	<b>VER Y OIR</b>	50%	<b>AUDIOVISUALES</b>
Tener una conversación	<b>DECIR</b>	70%	<b>CONFERENCIAS</b>
Practicar lo que se aprende	<b>DECIR Y HACER</b>	90%	

**Fuente. redes neurociencia y sentidos EduardPunset**

El aprendizaje significativo por otro lado toma en cuenta las vivencias, experiencias y los conocimientos anteriores que tiene en su estructura cognitiva la sociedad, para dar lugar a la construcción del nuevo aprendizaje el cual se relaciona de manera lógica con los conocimientos adquiridos con anterioridad. También deben ser considerados la actitud mental y procedimental del aprendiz, y la aplicación práctica de los nuevos conocimientos a la vida real de cada persona.

La nueva idea que se obtiene de la conexión con conocimientos anteriores adquiere mayor significado lógico y cognitivo, lo que implica que las personas adquieran habilidades, destrezas, valores y hábitos los cuales puedan ser utilizados en las circunstancias que así lo ameriten.

La construcción del aprendizaje, en la teoría significativa está basada en la sociedad, esta adquiere su propio conocimiento y se convierte en el gestor del mismo, con lo cual su labor está encaminada a desarrollar destrezas para que cada persona, pueda enfocar el nuevo conocimiento desde su realidad. Así mismo se debe impulsar a la

investigación, reflexión y práctica de valores, para dar solución a problemas contextuales, presentes y futuros, otorgando de esta manera un significado a los conocimientos adquiridos convirtiéndolo en un aprendizaje trascendental.

## 2.10. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **ANÁLISIS:** Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre estas y obtener conclusiones objetivas del todo.
2. **ABERTURA:** Orificio circular del objetivo de la cámara que controla la cantidad de luz que llega a la película. Salvo en las cámaras muy baratas, esta abertura es variable, indicando el grado de variación mediante una escala de números  $f$
3. **Aprendizaje Significativo.-** Es la adquisición de nuevos significados, es un proceso mediante el cual la información nueva es relacionada con una información pertinente que existe en la estructura cognoscitiva del estudiante.
4. **Aprendizaje.-** Es el proceso de adquirir cambios relativamente permanentes en el entendimiento, actitud, conocimiento, información, capacidad y habilidad por medio de la experiencia.
5. **Capacidad.-** En el estudio es, aptitud, inteligencia y pericia del alumno en donde es capaz de realizar las tareas sugeridas por su profesor

6. **Conocimiento.-** Es una interacción en el binomio sujeto – objeto, mediado por los conceptos y juicios de valor, la interacción no es estática sino más bien dinámica.
7. **Destreza.-** Es una habilidad que se aprende, por ejemplo no es necesario aprender a respirar, pero si debemos aprender a caminar. Puede decirse que es la capacidad de realizar o resolver determinados problemas o tareas.
8. **DIAGNÓSTICO:** Identificación y explicación de las variables directas e indirectas inmersas en un problema, más sus antecedentes, medición y los efectos que se producen en su medio ambiente.
9. **DIFUSOR:**Cualquier material capaz de dispersar la luz. Suaviza la calidad de ésta, siendo su efecto tanto menor, cuanto más cerca esté de la fuente luminosa. Los difusores ópticos disminuyen ligeramente la nitidez de la lente para producir un foco suave o flou.
- 10.**DIRIGIR:** Acto de conducir y motivar grupos humanos hacia el logro de objetivos y resultados, con determinados recursos.
- 11.**DIVISIÓN DEL TRABAJO:** Acto de segmentar el trabajo total de una organización, por especializaciones y niveles de dificultad.
- 12.**EFICACIA:** Indicador de mayor logro de objetivos o metas por unidad de tiempo, respecto a lo planeado.
- 13.**EFICIENCIA:** Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo. Se obtiene al

relacionar el valor de los resultados respecto al costo de producir esos resultados.

14. **ENFOQUE:** Disposición mecánica que permite mover el objetivo con relación al plano de la imagen para lograr el grado de nitidez en la película.

15. **Enseñanza.-** Es al acto en virtud del cual el docente pone de manifiesto los objetos de conocimiento al alumno para que éste los comprenda

16. **ESTRATEGIA:** En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual.

17. **EVALUAR:** Acto de comparar y enjuiciar los resultados alcanzados en un momento y espacio dados, con los resultados esperados en ese mismo momento. Es buscar las causas de su comportamiento, entenderlas e introducir medidas correctivas oportunas.

18. **FILTROS:** Elementos transparentes coloreados de cristal o gelatina, que modifican la calidad de la luz que los atravieza, sobre todo en contenido de color.

19. **FINES:** Son los efectos que se obtienen con el logro de los objetivos.

20. **FOTOGRAMA:** Imagen obtenida colocando objetos opacos o transparentes encima de una emulsión sensible, exponiendo a la luz y revelando. También cada uno de los negativos o diapositivas obtenidas sobre una película

21. **FUNCIÓN:** Mandato formal permanente e impersonal de una organización o de un puesto de trabajo.

22. **POLÍTICA:** Conjunto de estrategias, normas y parámetros de una organización, que orientan la actuación de los funcionarios para alcanzar sus objetivos y metas en un lugar y plazo dados. Es un marco general de actuación.

23. **PRESUPUESTO:** Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización presentándose en determinadas clasificaciones.

24. **STORY BOARD:** Se lo considera como una pequeña historia o historia breve que relata lo que va a pasar en secuencias, dándonos tiempos, ángulos, sonidos con los cuales se construirá la imagen del proyecto audiovisual.

## 2.11. SUBPROBLEMAS- INTERROGANTES

- ¿Cuáles son las técnicas utilizadas dentro de la producción audiovisual?
- ¿Cómo aplicar la campaña en los procesos Educomunicacionales para el desarrollo y difusión de materiales audiovisuales?
- ¿Cómo mejorar el proceso de difusión a través de la creación de spots y publirreportajes enfocados a la conservación de los páramos andinos?
- ¿Cómo influyen los procesos Educomunicacionales dentro de la formación de las nuevas generaciones, para que desarrollen una conciencia conservacionista?
- ¿Qué impacto tiene la aplicación del material audiovisual conservacionista (Spot y Publirreportaje) en la concientización de la población en aspectos ecológicos?

## 2.12 MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADORES
El término <b>audiovisual</b> , hace referencia a la unión de audio y visual, se fecha en la década de los años 30 en Estados Unidos y es en esta fecha cuando se comienza a desarrollar las técnicas que incorporan el sonido a las imágenes, todos	CAMPAÑA AUDIOVISUAL CONSERVACIONISTA  (EDUCOMUNICACIÓN)	CONTENIDOS	Conocimientos generales de producción audiovisual.
		CONSCIENCIA AMBIENTAL ECOLÓGICA	Genera un Impacto en la Psiquis de los estudiantes.
		METODOLOGÍA	Inicio, desarrollo y producto final del material audiovisual (SPOT y PUBLIREPORTAJE)

<p>estos avances no logran pasar a Europa hasta la década de los años 50.</p>		<p>PRESENTACIÓN TANGIBLE DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL (DVD)</p>	<p>Spot y Publiirreportaje de la conservación de los páramos andinos (ECOPARAMO).</p>
---	--	---	---

<p>La ecología (del griego «οίκος» oikos="casa", y «λόγος» logos="</p>		<p>Campo de acción y aplicación</p>	<p>Realidad de los páramos del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel</p>
--	--	-------------------------------------	--

<p>conocimiento") es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución, abundancia y cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente. En el ambiente se incluyen las propiedades físicas que pueden ser descritas como la suma de factores abióticos locales, como el clima y la geología, y los demás organismos que comparten</p>	<p>ECOLOGÍA</p>	<p>Aspectos Teóricos, Generales</p>	<p>Contenidos generales de la ecología, aplicadas a una producción audiovisual, enfocada a la conservación de los páramos andinos.</p>
		<p>Estado de difusión actual de la ecología y conservación de los páramos andinos.</p>	<p>Se analizó la escasa producción de material audiovisual.</p>

ese hábitat (factores bióticos).		Clases de producción audiovisual direccionados a la ecología	Aplicación de la campaña audiovisual según el tipo, forma y ámbito de promoción
El aprendizaje significativo permite al estudiante reconocer la estructura de un conocimiento, su utilidad y su ubicación dentro de sus esquemas mentales. Es el más insistente sobre la necesidad de que los estudiantes encuentren	APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO	Motivación verbal y motivación visual	Interacción del estudiante
		Independencia (Pensamiento Crítico)	Varias vías de solución a un mismo problema.

sentido a lo que aprenden.		Fomentar valores	Manifiesta concientización, pensamiento ecológico.
<p>Las TIC'S son una herramienta tecnológica que sirven para facilitar el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.</p> <p>Actualmente las Tic's están siendo aplicadas en los</p>	<b>TIC'S</b>  <b>Y</b>	Objetivos de las Tics en el ámbito educativo y de concienciación	Nivel de información, comunicación y difusión
Integración de las TIC'S en la educomunicación.		Aplicación teórica- práctica	

<p>procesos  educomunicacionales y en la  difusión de la producción  audiovisual.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Procesos  Educomunicacionales</b></p>	<p>Difusión de la  producción audiovisual  A través de la TIC'S.</p>	<p>Elaboración y desarrollo de la campaña  audiovisual con sus productos tangibles,  gráfico impreso y audiovisual.</p>
---	---	--	---

## **CAPÍTULO III**

### **3.- Metodología de la investigación**

#### **3.1. Tipo de investigación**

El proyecto se fundamentó en una investigación de campo, ya que los datos se recolectó de manera directa de la realidad en su ambiente natural. De igual manera se considera una investigación de campo, ya que los datos serán recabados con distintas técnicas e instrumentos en la propia zona donde se desarrollará dicha investigación.

El trabajo está enmarcado dentro de la investigación de proyecto factible, debido a que está orientado a proporcionar solución o respuesta a problemas planteados en una determinada realidad, como una propuesta viable de estudio o investigación con métodos y técnicas definidas.

También fue sustentada por la investigación bibliográfica ya que depende de la cuidadosa indagación del tema, de la habilidad para escoger y evaluar materiales, de tomar notas claras y bien documentadas y depende también, de la presentación y el ordenado desarrollo de los hechos en relación con los propósitos del documento.

## **3.2 Métodos**

### **3.2.1. Método científico**

En la presente investigación utilizaremos el método científico, por medio del cual consideramos de suma importancia especificar los diversos pasos sistemáticos e instrumentos que nos permitan llevar a cabo una investigación, plantear una interrogante, producto de un hecho o fenómeno donde está inmerso y formular posibles soluciones.(hipótesis).

### **3.2.2. Método deductivo**

Utilizaremos el método deductivo e iniciaremos un proceso que parte de un conocimiento general a otro que hace referencia un caso en particular, y compararemos las características de un determinado caso, realizaremos un diagnóstico que servirá para la toma de decisiones, la cual nos facilitará los análisis estadísticos y test de hipótesis.

### **3.2.3. Método inductivo**

En nuestra investigación el método inductivo fundamentará el razonamiento partiendo de casos particulares que se elevará a conocimientos generales, permitirá básicamente en el marco teórico, que la propuesta esté sobre la base de una serie de aspectos en el proyecto.

### **3.2.4. Método analítico**

Este método permitirá, el desglose de partes o elementos de nuestra investigación para observar las causas y efectos, mediante el análisis para conocer un hecho y el objeto de estudio, con lo cual se podrá

explicar y comprender mejor el comportamiento estableciendo nuevas teorías.

### **3.2.5. Método sintético**

Utilizaremos también el método sintético para un proceso de razonamiento y poder reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis; mediante un resumen, en otras palabras nos beneficiará0 con un procedimiento mental que tiene como fin la comprensión.

### **3.2.6. Método estadístico**

Este método será de mucha importancia para nuestro proyecto ya que nos ayudará a recopilar datos ya investigados, verificando que sean completos y estén correctos, una vez realizado un sondeo acerca del tema y aplicando las debidas encuestas procederemos a tabular los datos recolectados.

## **3.3 Técnicas e instrumentos**

La presente investigación se realizará por medio de encuesta a las personas de la ciudad de San Gabriel, entrevistas a las autoridades, con la finalidad de recolectar información referente a las campañas realizadas anteriormente en el cantón Montúfar.

### **3.3.1 Encuesta**

En nuestra investigación utilizaremos la encuesta ya que será diseñada con el objetivo de captar la información y nos permitirá conocer cuáles son los problemas que existen en los páramos andinos, lo cual nos ayudará a complementar y fortalecer la campaña audiovisual.

### **3.3.2 Entrevista**

Se utilizará la entrevista como base de estudio, para recabar la información verbalmente a través de preguntas en forma individual, las cuales nos ayudará a obtener información acerca de las necesidades que tiene el páramo andino del cantón Montúfar y permitirá definir en forma clara y oportuna las inquietudes por parte de cada una de los entrevistados.

### **3.3.3 Cuestionario**

Este instrumento de investigación nos proporcionará una alternativa muy útil para la entrevista, será la única forma posible de relacionarse con un gran número de personas para conocer varios aspectos referentes al tema, al elaborar el cuestionario estableceremos la forma en que será tabulado e interpretado.

### **3.3.4 Observación**

Al utilizar esta técnica de investigación nos permitirá determinar que se está haciendo, quién lo hace y cuándo se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace, y por qué se hace mediante esta técnica, se

observará atentamente el fenómeno hecho o caso, la cual será factible para tomar información y registrarla para su posterior análisis.

### **3.4 Población**

La población o universo de estudio lo conforman las personas que viven en las zonas aledañas a estos páramos y los pobladores de la ciudad de San Gabriel del cantón Montúfar, se utilizó un cuestionario que permitió conocer la necesidad, de la creación de una campaña ecológica direccionada desde le educomunicación.

### **3.5 Muestra**

No se aplicó la formula porque la muestra es inferior a 100 (30 técnicos relacionados con la ecología)

### **3.6. Esquema de la propuesta**

#### **Título de la Propuesta.**

**Justificación e Importancia.**

**Fundamentación.**

**Objetivos:**

General (1)

Específicos (2-3)

**Ubicación sectorial y física,**

**Desarrollo de la Propuesta**

**Impactos**

**Difusión**

#### **Bibliografía**

**ANEXOS:** (numerados)

**Árbol de problemas**

Matriz de coherencia

Instrumentos de recolección de datos (encuestas, fichas de observación, entrevistas.)

Certificaciones de la validación

Fotografías / videos

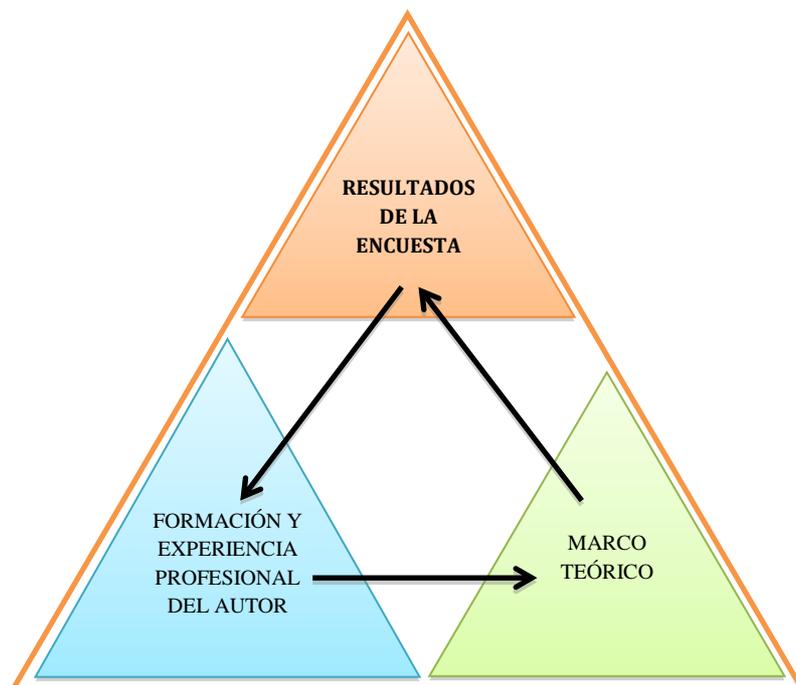
Convenios

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis e interpretación de resultados

Para realizar el análisis y discusión de resultados, los autores seleccionaron las preguntas más significativas que les permitieron evidenciar el problema de la propuesta y los objetivos planteados. Se realizó la triangulación en función del marco teórico, experiencia de la formación académica y profesional de los autores y resultados de la encuesta de esta manera:

Triangulación:



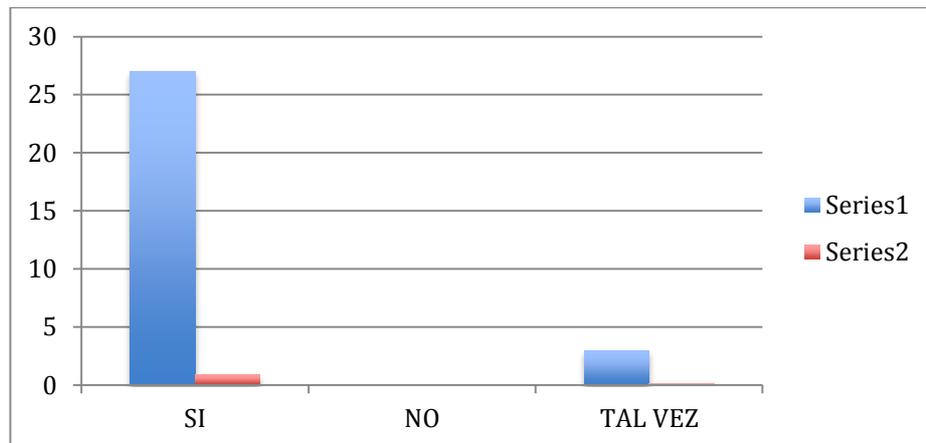
Una vez realizada la triangulación de resultados, los autores preguntaron:

1. ¿Le gustaría conocer más acerca de los páramos andinos, mediante una producción audiovisual?

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	29		97%
	NO	0%		0%
	TALVEZ	1		3%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



**Análisis**

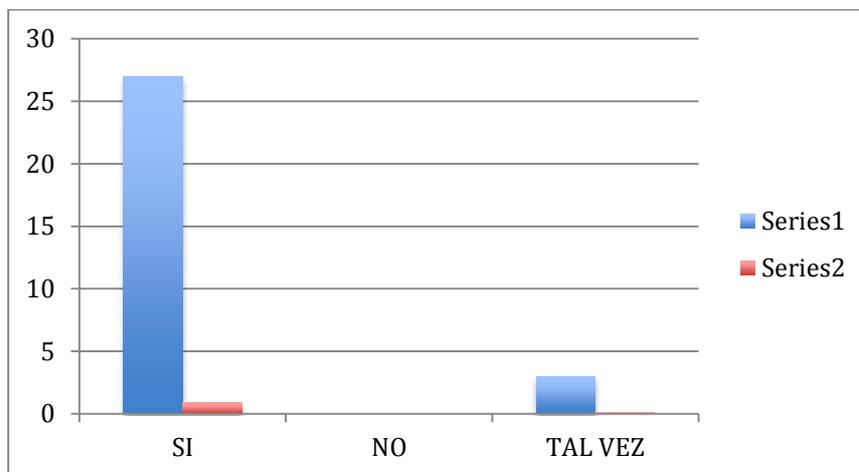
Según el índice porcentual que podemos observar en el gráfico el cual determina que la primera alternativa de la pregunta planteada cuenta con el 97% de aceptación, la misma que planea que las personas les gustaría conocer más acerca de los páramos andinos. Por lo tanto las personas de la ciudad de San Gabriel del cantón Montúfar bajo un criterio contextual, ven la necesidad de tener más información acerca de la importancia de los páramos andinos del cantón.

2. ¿Considera que el uso de los materiales audiovisuales, contribuyen significativamente a la difusión de una campaña conservacionista?

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	27		90%
	NO	0%		0%
	TALVEZ	3		10%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



### **Análisis**

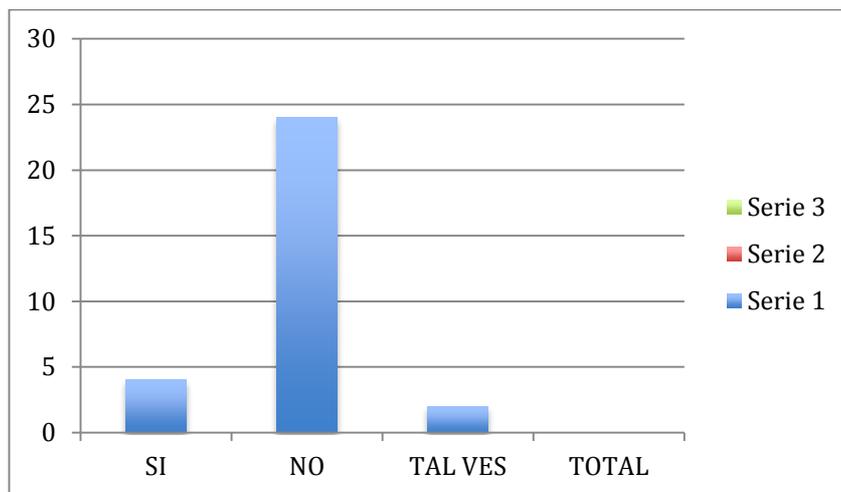
Mediante la pregunta planteada podemos deducir que el 90% de los encuestados consideran que el uso del material audiovisual, es el mejor medio para la difusión de una campaña conservacionista, lo que determinó la elaboración de tres productos audiovisuales, enfocados a una campaña de conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar.

3. ¿Conoce de algún material audiovisual, que promocióne o difunda los páramos andinos del cantón Montúfar?

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	4		13%
	NO	24		80%
	TAL VEZ	2		7%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



**Análisis**

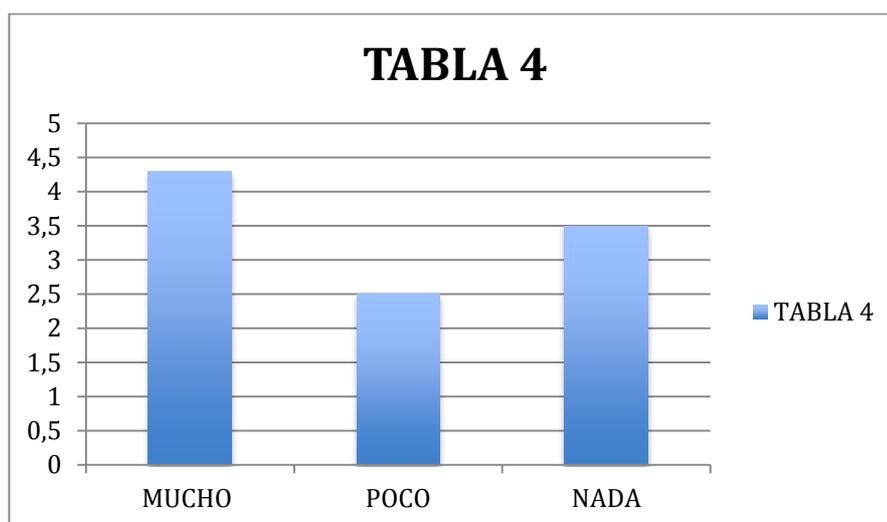
El análisis correspondiente a la pregunta, determina que el 80% de las personas encuestadas no conocen de algún material audiovisual que promocióne o difunda los páramos andinos del cantón Montúfar, lo que nos indica la necesidad de que se realice la campaña conservacionista audiovisual planteada, para que las nuevas generaciones tengan un referente de la importancia de sus páramos circundantes.

#### 4¿Conoce sobre ecología o conciencia conservacionista?

Análisis porcentual:

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	MUCHO	4		13%
	POCO	23		77%
	NADA	3		10%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico porcentual.



#### Análisis

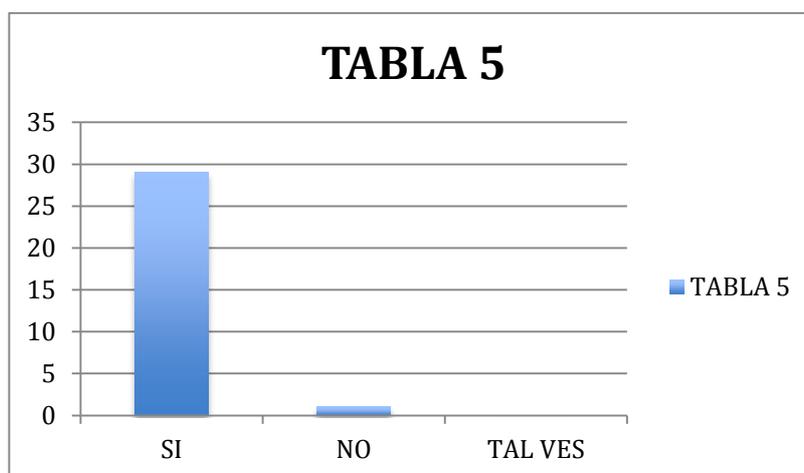
El resultado de la pregunta nos indica que el 77% de las personas encuestadas, tiene poco conocimiento acerca de la ecología o de crear una conciencia conservacionista en las nuevas generaciones, con lo que se determinó que una campaña conservacionista audiovisual sería ideal, para dar a conocer de manera diferente la ecología para crear una conciencia conservacionista.

**5. ¿Estaría de acuerdo que el material audiovisual realizado, sea difundido en la página web del municipio del cantón Montúfar?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	29		97%
	NO	1		3%
	TALVEZ	0		0%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



### **Análisis**

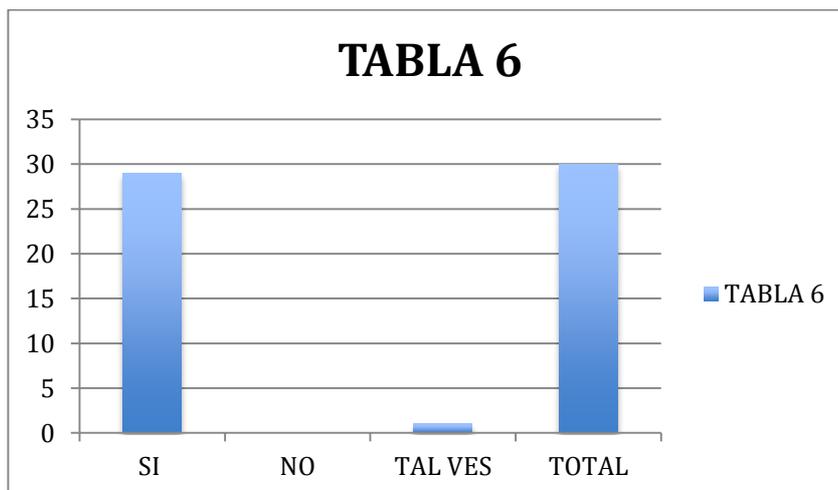
De los encuestados en los departamentos de comunicación y turismo que son personas directamente relacionadas con la difusión y conservación de los ecosistemas, el análisis porcentual correspondiente al gráfico que podemos observar determina que el 97% está de acuerdo que el material audiovisual sea difundido en la página web oficial del cantón Montúfar.

**6. ¿Está de acuerdo con la creación de un producto audiovisual como (SPOT) para la difusión de una campaña conservacionista del cantón Montúfar?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	29		97%
	NO	0		0%
	TALVEZ	1		3%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



**Análisis**

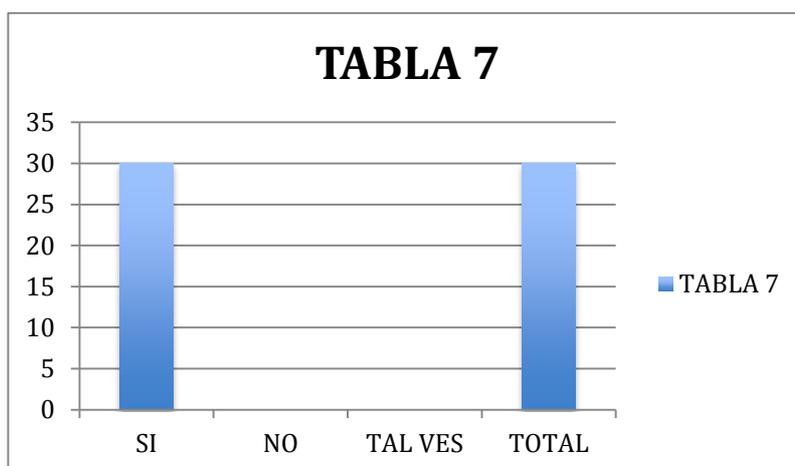
Mediante la pregunta encuestada podemos deducir que el 97% de las personas encuestadas, están de acuerdo con la creación de un producto audiovisual (spot) para la respectiva difusión de la campaña conservacionista planteada, las personas encuestadas son personas vinculadas directamente con la difusión y conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar (Departamento de comunicación y turismo).

**7. ¿Estaría de acuerdo que la campaña conservacionista realizada para el cantón Montúfar se extienda a los centros educativos del cantón?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SI	30		100%
	NO	0		0%
	TALVEZ	0		0%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



### **Análisis**

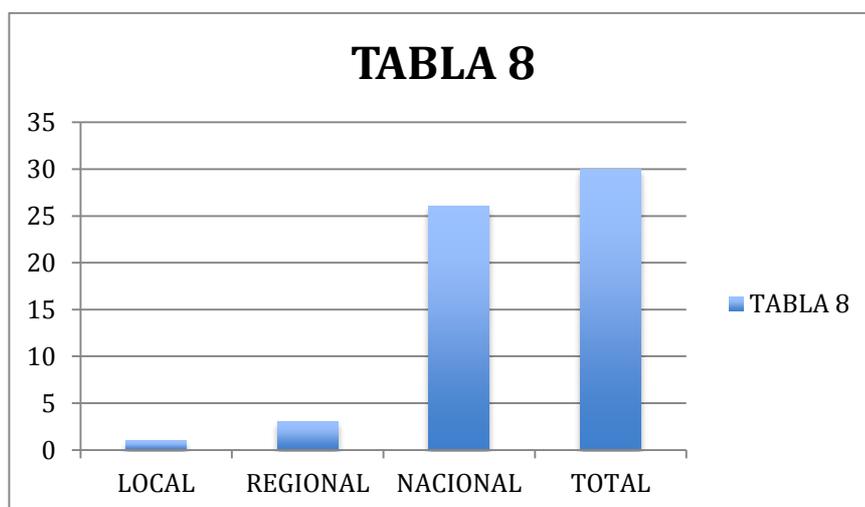
Con respecto a la pregunta, estaría de acuerdo que la campaña conservacionista realizada para el cantón Montúfar extienda su difusión a los centros educativos locales, el 100% de las personas encuestadas relacionadas con los departamentos ya mencionados concluyeron que la mejor manera de crear una conciencia conservacionista, sería implementado una campaña en dichos centros educativos. (Educomunicación).

**8. ¿Qué alcance de difusión le gustaría que tenga este material audiovisual?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	LOCAL	1		<b>3%</b>
	REGIONAL	3		<b>10%</b>
	NACIONAL	26		<b>87%</b>
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



**Análisis**

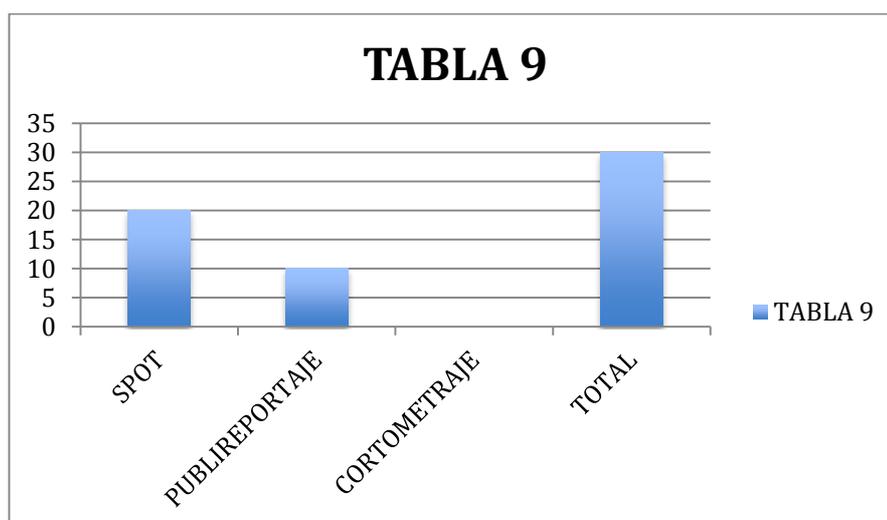
Con respecto a la pregunta ¿Qué clase de difusión le gustaría que tenga el material audiovisual, Local, Regional o Nacional? las personas encuestadas según el análisis porcentual equivalente al 87% determinó que la difusión Nacional, permitiría un mayor alcance en cuanto al grupo objetivo.

## 9. ¿Qué clase de campaña audiovisual, le gustaría observar?

Análisis porcentual:

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SPOT	20		67%
	PUBLIREPORTAJE	10		33%
	CORTOMETRAJE	0		0%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico porcentual.



### Análisis

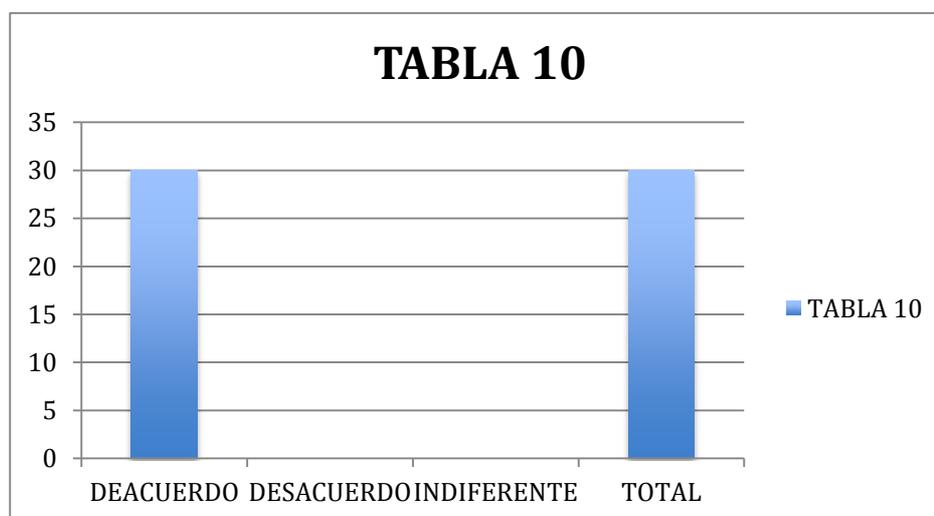
Con respecto a la pregunta ¿Qué clase de campaña audiovisual le gustaría observar con estas tres opciones (SPOT 1min, PUBLIREPORTAJE 5min o CORTOMETRAJE DE 15min), el 67% determinó que las personas prefieren una serie de Spots porque es el mejor medio de comunicación directa con el grupo objetivo y es de fácil difusión.

**10. ¿Está de acuerdo que el municipio implemente este tipo de campañas y otorgue, las facilidades necesarias para el desarrollo del mismo?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	DE ACUERDO	30		100%
	DESACUERDO	0		0%
	INDIFERENTE	0		0%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



### **Análisis**

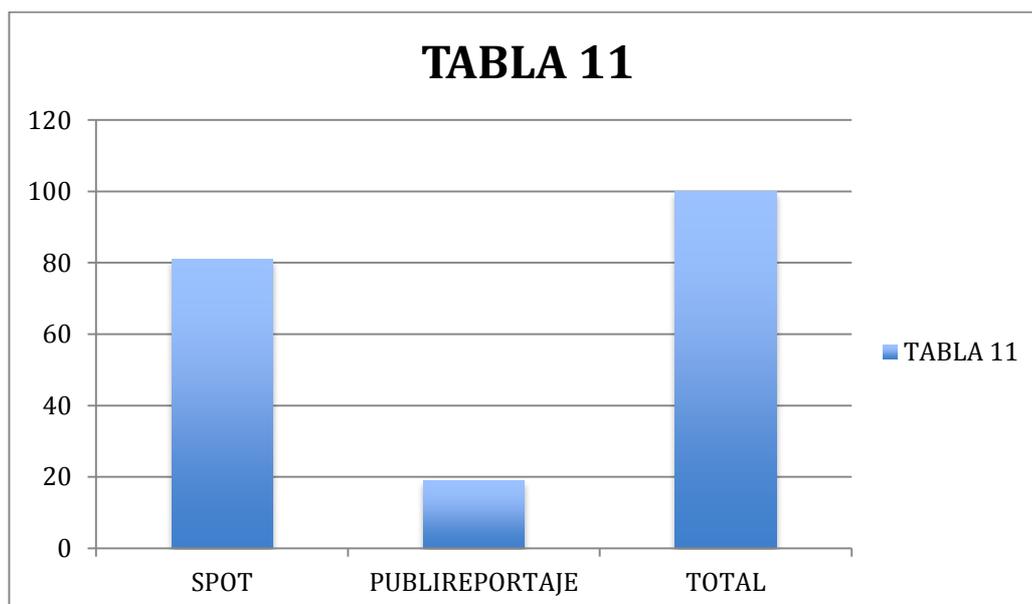
El resultado de la pregunta nos indica que el 100% de las personas encuestadas, están de acuerdo que el municipio implemente este tipo de campañas y otorgue facilidades para el desarrollo de la misma, es por ello que se determinó la ejecución inmediata tras la coordinación con la Universidad Técnica del Norte y el canal UTV.

11. ¿Marque con una X los elementos que más conozca dentro de este cuadro, correspondiente a la producción audiovisual?

Análisis porcentual:

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	SPOT	81		<b>81%</b>
	PUBLIREPORTAJE	19		<b>19%</b>
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Gráfico porcentual.



### Análisis

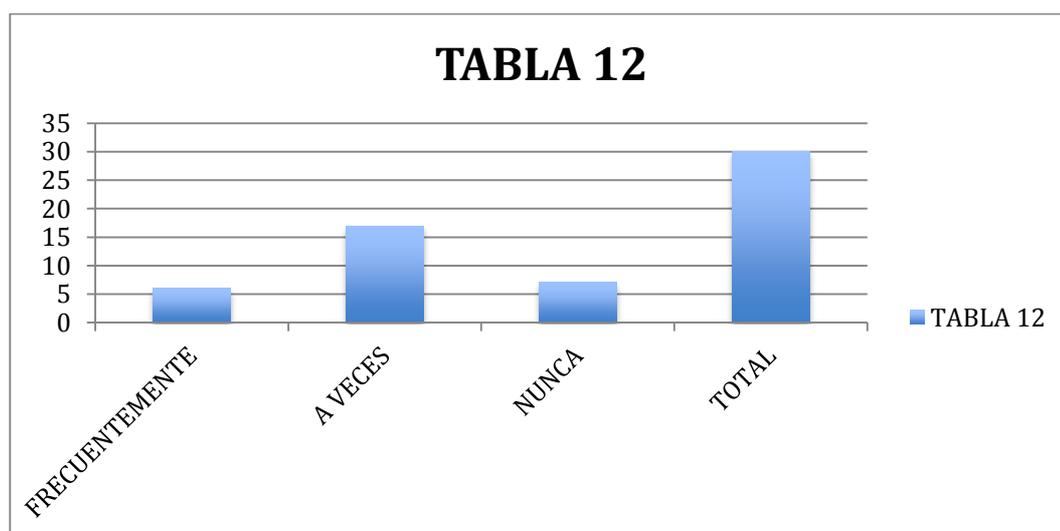
El resultado de la pregunta nos indica que el 81% de las personas encuestadas marcó con una (x) uno de los dos productos audiovisuales que se les propuso, para la campaña audiovisual (SPOT Y PUBLIREPORTAJE), para esta pregunta se realizó un cuadro comparativo técnico de estos dos productos, teniendo como resultado que el SPOT sigue siendo el medio más eficiente de difusión para la campaña.

**12. ¿Realizó alguna vez una visita a los páramos andinos del cantón Montufar?**

**Análisis porcentual:**

<b>ALTERNATIVA DE LA PREGUNTA</b>	<b>FRECUENTEMENTE</b>	6		20%
	<b>AVECES</b>	17		57%
	<b>NUNCA</b>	7		23%
<b>RESULTADOS</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Gráfico porcentual.**



**Análisis**

Con respecto a la pregunta ¿Realizó alguna vez una visita a los páramos andinos del cantón Montufar?, las personas encuestadas según el análisis porcentual equivalente al 57%, determinó que a veces realizan visitas a dichos páramos, por lo que se necesita de una campaña que motive el visitar, pero preservar el ecosistema del lugar que visitamos, para ello la difusión en los centros educativos tendría un orden prioritario.

## CAPÍTULO V

### 5. Conclusiones y recomendaciones

#### 5.1. Conclusiones

- La provincias del norte del país requieren atención en varios aspectos sociales, como por ejemplo el de concienciar a las personas sobre la importancia del entorno a través de la educación, con conferencias de ecología en la pregunta planteada de que si las personas desearían conocer más de los páramos andinos más del 97% vio imperativa la necesidad de que se creen productos audiovisuales que permitan evidenciar la belleza del entorno y la importancia de estos ecosistemas que son extremadamente delicados y se constituyen en áreas que deben ser consideradas como reservas ecológicas.
- Mediante una de las pregunta planteada dentro de la encuesta dentro de la investigación se llegó a la conclusión que se debe implementar una campaña ecológica que pueda, evidenciar mediante los productos audiovisuales la importancia de conservar y proteger los páramos andinos ya que el 90% de los encuestados consideran que el uso del material audiovisual, es el mejor medio para la difusión en una campaña conservacionista.
- La pregunta número tres permite evidenciar, que más del 80% no conoce de algún material audiovisual que promocióne o difunda la importancia de los páramos andinos del cantón Montufar.

- La pregunta número 7 dentro de la encuesta realizada, muestra el desconocimiento de las personas del sector acerca de temas relacionados a la ecología, lo que nos permite concluir que se debe implementar una campaña educomunicacional, que permita educar acerca de este tema relevante en la actualidad
- Después de establecer la encuesta a las personas relacionadas directamente con la difusión y conservación de los ecosistemas; como las personas de los departamentos de comunicación y turismo, determinaron en la pregunta número 5 que el 97% se encuentra de acuerdo en que una vez realizada la producción audiovisual ecológica, esta sea difundida en la página web oficial del cantón, y que los involucrados otorgarían las autorizaciones y permisos necesarios.
- Luego de establecer diferentes opciones de productos audiovisuales como: Spot, Publi reportaje, Vox populi, Documental se determinó en la pregunta 6, que el 97 % de los encuestados optaron porque el spot sea el medio idóneo para la difusión de la campaña, por su corto tiempo de duración variada información y versatilidad, ideal para el público objetivo de la campaña, ya que son estudiantes de nivel secundario de colegios representativos del sector.
- Dentro de la investigación fue importante determinar, a qué tipo de población va ir destinada la producción audiovisual ecológica, en la pregunta 7 el 100 % de las personas encuetadas concluyeron

que la difusión debe ser enfocada a la mayoría de centros educativos del sector.

- El factor determinante para el éxito de cualquier tipo de campaña, se encuentra en la amplitud y el tiempo de difusión de la misma, en la pregunta ocho un promedio del 87% de personas encuestadas coinciden en que la campaña sea difundida a nivel local, por el canal UTV de la Universidad Técnica del Norte, y a nivel nacional a través de internet y plataformas sociales

## **5.2. Recomendaciones**

- Identificar lugares turísticos en el cantón Montufar que propenda al cuidado del ambiente.
- Establecer alianzas estratégicas con entidades educativas del cantón, productores audiovisuales, universidades y medios de comunicación para desarrollar campañas educativas de gran impacto social.
- Desarrollar campañas audiovisuales educativas que visibilicen la preservación y cuidado de los páramos andinos del cantón Montúfar.
- Firmar un convenio interinstitucional entre la Municipalidad de Montúfar y la Universidad Técnica del Norte, ya que la Universidad cuenta con sus estudiantes capacitados en diferentes áreas y con los equipos tecnológicos audiovisuales necesarios para difundir y socializar este tipo de iniciativas.

- Se recomienda que la Universidad Técnica del Norte, enfatice una prioridad en cuanto al desarrollo de este tipo de material, que propenda a la conservación y preservación de los páramos andinos del cantón mencionado.
- Se recomienda implementar una campaña integral, que permita dar a conocer la importancia de la protección de los ecosistemas, para la conservación de los páramos andinos, dentro del proyecto educar a las personas del sector con campañas Educomunicacionales en establecimientos educativos de la zona.
- Se recomienda que una vez concluido este material audiovisual sea difundido por todos los medios posibles como: el canal UTV, redes sociales, y en especial en la página oficial del cantón.
- Se recomienda que la campaña audiovisual ecológica al realizarse, cuente con el desarrollo de Spots, que permitan y den a conocer datos informativos, del contexto del cantón Montúfar como flora, fauna y población.
- Se recomienda enfocar y extender la campaña ecológica integral, a la mayor cantidad de centros educativos del sector en la lista de los colegios seleccionados y que son los siguientes: Pablo Muñoz Vega, Mario Oña Perdomo, José Julián Andrade.

- Se recomienda usar todo tipo de medio que se encuentre apto para la difusión, de los Spots realizados dentro de la campaña educomunicacional ecológica, la cual está enfocada en la preservación y conservación de los páramos andinos.

### **5.3.Subproblemas- interrogantes**

#### **¿Cuáles son las técnicas utilizadas dentro de la producción audiovisual?**

Las técnicas utilizadas para la producción audiovisual fueron basadas en la corriente constructivista, la que nos permitió implementar nuevas técnicas y generar nuevos criterios en base al contexto actual, en las diferentes etapas de la producción como son la etapa de Preproducción, Producción y Post producción.

#### **¿Cómo aplicar la campaña en los procesos Educomunicacionales para el desarrollo y difusión de materiales audiovisuales?**

La campaña se aplicó de manera directa al grupo objetivo planteado, a estudiantes de nivel secundario del cantón Montúfar, se la difundió mediante conferencias de orden ecológico, teniendo como soporte visual y auditivo los spot realizados, se complementó con una serie de preguntas utilizando el método socrático de participación al finalizar la conferencia, cumpliendo así con el llamado proceso educomunicacional.

**¿Cómo mejorar el proceso de difusión a través de la creación de spots y publlirreportajes enfocados a la conservación de los páramos andinos?**

Dentro del desarrollo se contempló el mejoramiento o la optimización de la campaña uniendo a instituciones educativas, para tener una mayor audiencia y cumplir con los parámetros de socialización, las redes sociales por otra parte, permitieron la difusión viral de manera personalizada a los interesados en plataformas de redes sociales.

**¿Cómo influyen los procesos Educomunicacionales dentro de la formación de las nuevas generaciones, para que desarrollen una conciencia conservacionista?**

Los procesos Educomunicacionales influyen de manera positiva porque generan nuevas perspectivas en el campo educativo, ya que permiten al docente o al expositor mostrar de mejor manera lo que se trata de comunicar, el apoyo de los audiovisuales dentro de esta campaña constituyó un factor importantísimo, para que los estudiantes puedan asimilar no solo el conocimiento si no de manera reflexiva, entender parámetros humanistas de la preservación y conservación de los páramos andinos.

**¿Qué impacto tiene la aplicación del material audiovisual conservacionista (Spot y Publlirreportaje) en la concienciación de la población en aspectos ecológicos?**

El impacto que se pudo apreciar dentro de los estudiantes, es el interés que después de la conferencia mostraron por temas ecológicos, basados en las interrogantes que planteaban al final de la conferencia, por lo tanto el impacto es favorable ya que se llegó a la psiquis y a la conciencia que

deben tener como seres humanos con relación al ambiente, y al contexto en que se encuentran (páramos andinos del cantón Montúfar)

## **CAPITULO VI**

### **6. Propuesta alternativa**

#### **6.1. Título de la propuesta**

**“Elaboración de una campaña educomunicacional audiovisual para la protección de los páramos andinos del cantón Montúfar durante el periodo 2011-2012. Propuesta alternativa”**

#### **6.2. Justificación e importancia**

##### **6.2.1. Justificación**

El presente trabajo de grado tuvo como resultado la elaboración de una campaña gráfico impresa y audiovisual (Educomunicación), con una temática ecologista teniendo como dos estructuras de apoyo a la Universidad Técnica del Norte, el canal UTV, el sector público y el Municipio del cantón Montúfar (actualmente GAD), en los departamento de comunicación y turismo, los interesados en este trabajo conjuntamente con estas dos entidades, realizaron una coordinación para la planificación, desarrollo y difusión de esta propuesta alternativa ecológica, la misma que fue presentada en vista a la falta de información acerca del tema de conservación y preservación de los páramos del cantón existente, sobre todo en los adolescentes, debido al escaso material audiovisual correspondiente a este tema.

Existe una prioridad de las políticas de estado actuales, en los artículos del buen vivir y la ley de comunicación como son el 101 y 102

respectivamente, una vez establecida y desarrollada la campaña beneficiará directamente a un sector vulnerable de la sociedad, ya que se encuentran en etapa de formación, los adolescentes conllevan un grupo social adentrado en el mundo de la tecnología como son las redes sociales, es por ello que responden a nuevos requerimientos en el ámbito educativo, con esta iniciativa se pretende incursionar en el mundo de la Educomunicación, donde los medios audiovisuales se convierten en un refuerzo grafico auditivo en el proceso enseñanza aprendizaje, después de realizar un estudio estadístico, a persona vinculadas directamente a la difusión, con los temas ecológicos en la región, se estableció direccionar el enfoque de la campaña hacia estudiantes del nivel secundario de colegios de la región, donde se impartieron conferencias de orden ecológico a cargo de los autores de trabajo de grado, apoyados en el material audiovisual desarrollado en la campaña.

Las dos entidades involucradas en el desarrollo, fueron beneficiados directa e indirectamente con este material, el municipio actualmente (GAD), receptaron los tres spot los cuales están siendo difundidos en la página web del municipio, y la Universidad Técnica del Norte a través de su canal UTV transmitió dentro de su programación, bajo la dirección del doctor José Revelo los tres spots en horarios estelares antes y después del noticiero.

Para nuestra universidad siempre es importante mantener un vínculo directo de los estudiantes con la sociedad, trabajando en proyectos que se constituyan en un verdadero aporte para la sociedad y el entorno, con este presente trabajo los estudiantes demostraron el nivel académico y los conocimientos en distintas áreas, comunicación, diseño gráfico, educación, ecología, y producción audiovisual, lo que les permitió

establecer una nueva propuesta alternativa de orden ecológico, enfocada a la Educomunicación.

### **6.3. Aportes**

Dentro de cualquier trabajo de grado emprendido, este debe constituirse como un aporte significativo en diferentes áreas, el tema:

#### **6.3.1. Aporte Científico**

En el aspecto científico el presente trabajo, ratifica la comprobación de que los ecosistemas son vulnerables a cualquier alteración por parte de la invasión del ser humano, a través de las investigaciones realizadas con anterioridad, por expertos pertenecientes al municipio y facilitadas a los autores de este trabajo, observamos la continua transformación negativa que han venido sufriendo los páramos andinos del cantón Montufar, entre ellos Chutan de Navarrete, La Delicia y La Paz.

#### **6.3.2. Aporte educativo**

En el ámbito educativo en cambio, el presente trabajo da un salto cuántico, en el uso de las nuevas tecnologías en los procesos enseñanza, aprendizaje, la llamada Educomunicación que tiene como soporte los medios audiovisuales, en este caso los spot direccionados a la ecología, permiten que el estudiante asimile de mejor manera, lo presentado en charlas o conferencias basada en la teoría del aprendizaje significativo, en la que establece que el individuo aprende mejor en base a las experiencias de experimentación, (en este caso una experimentación visual auditiva).

### **6.3.3. Aporte social**

En el ámbito social el presente trabajo de grado permitió integrar a la academia con estamentos públicos, GAD Montúfar para la difusión de esta campaña a través de páginas web y el canal 24 UTV de la Universidad Técnica del Norte, las conferencias de ecología dictadas por los autores en establecimientos educativos de nivel secundario, generaron una gran expectativa en docentes y alumnos, sobre aspectos relacionados a la Educomunicación, ecología y medio ambiente, el uso de recursos audiovisuales se ha convertido en un base sustancial para poder explicar lo que deseamos comunicar.

### **6.3.4. Aporte tecnológico**

Se lo puede apreciar en el producto final, que son los tres spots con una temática ecológica, los mismos que fueron desarrollados en diferentes fases que conlleva la producción audiovisual, pre producción, producción y post producción, el uso de equipos técnicos de avanzada, permitieron que los autores experimenten lo aprendido dentro de la academia, las nuevas tecnologías de la comunicación en cambio, permitieron la difusión de este trabajo.

### **6.3.5. Aporte ecológico**

La temática seleccionada por iniciativa de los autores, y basada en las nuevas políticas de estado, direccionadas a la preservación y conservación de los ecosistemas, hacen hincapié en la concienciación de las nuevas generaciones, como un grupo objetivo al cual direccionar de mejor manera su relación con el entorno, haciendo un énfasis también en la diferencia entre preservación y conservación; preservación viene de la palabra preservar del latín serviré que significa guardar, entendido de esta

manera preservar es no ingerir un espacio determinado dentro de los ecosistemas, por su parte conservación habla de causar el mínimo impacto ambiental en los ecosistemas donde el hombre ya ha hecho presencia.

### **6.3.6. Aporte turístico**

Al iniciar este trabajo los autores dentro de la planificación, coordinaron con el departamento de turismo del cantón Montúfar, quienes aportaron con una serie de investigaciones de campo, que ayudaron al desarrollo y posterior uso de este material para la difusión turística de los páramos relacionados con este trabajo.

### **6.3.7. Aporte filosófico**

En el aporte filosófico los autores adoptaron la postura de la filosofía existencialista, donde Jean Paul Sartré establece que el comportamiento presente en el ser humano, está determinado por un propósito, una meta, una intención situada en el futuro, la iniciativa de trabajar en el aspecto educativo de las nuevas generaciones a través de la Educomunicación, enfocado a temas ecológicos que nos permite plantear situaciones negativas o positivas a futuro, trabajando en el aspecto psicológico de la conservación.

### **6.3.8. Aporte psicológico**

Adentrarnos en la psiquis humana requiere de un complejo proceso dentro de la publicidad, y más aún si se trata de persuadir, concienciar y sensibilizar a la persona o grupo objetivo, a quien se pretende comunicar ciertos aspectos importantes para el desarrollo social con relación al

entorno, a través de estos productos audiovisuales se concienció de alguna manera a las personas pro activas para este cambio a futuro.

#### **6.4. Factibilidad**

Para el presente proyecto no se presentaron limitaciones de ninguna índole, ya que está apegada a dos artículos de la nueva política de estado, el talento humano requerido tuvo la experiencia necesaria tanto en el área teórica así como la práctica, en cuanto al material entre equipos técnicos y tecnológicos facilitados en la alianza estratégica de la Universidad Técnica del Norte y el GAD de Montúfar, optimizaron el tiempo de trabajo y la inversión en recursos, el área de presupuesto fue cubierta en su totalidad por los autores.

#### **6.5. Fundamentación**

El grupo investigador, luego de analizar los diferentes fundamentos expuestos en el Marco Teórico, y la presente investigación se basa en la Teoría del Aprendizaje Significativo, ya que se considera la más adecuada y la que se debería aplicarse en lo que se refiere a la utilización de las nuevas tecnologías de la información y procesos Educomunicacionales, en la realización de esta campaña audiovisual.

Los procesos EDUCOMUNICACIONALES, consideran al proceso como una continuidad relativa ordenada, la EDUCOMUNICACIÓN no es un simple refuerzo metodológico, para los docentes y estudiantes, cumple un rol aun más importante ya que su finalidad está basada, en una forma de optimizar los recursos y ejes transversales de la asignatura, involucrando de manera directa a los sentidos, que poseen mayor grado de percepción en el ser humano, relacionados con los medios visuales

<b>TABLA DE PORCENTAJE DEL LOS SENTIDOS EN LA ATENCIÓN HUMANA</b>		
<b>EXPERIENCIAS</b>	<b>Porcentaje de atención</b>	
<b>SÍMBOLOS VERBALES</b>	Charlas y conferencias 36%	<b>36% CONFERENCIA DE ECOLOGÍA</b>
<b>SÍMBOLOS VISUALES</b>	Folletos y planos 69%	
<b>REGISTROS SONOROS</b>	Carteleras temáticas 64%	
<b>AUDIOVISUALES</b>	Exposiciones temporales 43%	<b>43% SPOTS ECOLÓGICOS</b>
<b>ITINERARIOS</b>	Recorridos por instalaciones técnicas 50%	
<b>DEMOSTRACIONES</b>	Demostraciones 36%	
<b>EXPERIENCIAS DRAMATIZADAS</b>	Juegos ecológicos 64% Campamentos 21%	
<b>EXPERIENCIA CONSTRUIDAS</b>	Talleres 43%	
<b>EXPERIENCIA DIRECTAS</b>	Visitas guiadas 66%	
	<b>Total</b>	<b>79%</b>

<b>TABLA DE PORCENTAJE DE LOS SENTIDOS EN LA ATENCIÓN HUMANA</b>			
Leer un libro	<b>LEER</b>	10%	

Escuchar a otra persona	<b>OIR</b>	20%	
Ver un gráfico	<b>VER</b>	30%	
Ver un video	<b>VER Y OIR</b>	50%	<b>AUDIOVISUALES</b>
Tener una conversación	<b>DECIR</b>	70%	<b>CONFERENCIAS</b>
Practicar lo que se aprende	<b>DECIR Y HACER</b>	90%	

**Fuente redes neurociencia y sentidos Eduard Punset**

## **6.6. Aspectos**

### **6.6.1. Aspecto científico**

En los aspectos científicos relacionados con el proceso enseñanza aprendizaje, los estudios de la neurociencia nos clarifican ciertos parámetros que tiene el ser humano, en cuanto a la percepción de la realidad con aspectos relacionados son los sentidos, existen artículos publicados en revistas científicas que nos hablan de las horas óptimas para el aprendizaje, en las cuales se considera que el cerebro el cual analiza, procesa y resuelve cualquier tipo de problema trabaja al 100 %, durante el día la hora óptima está situada entre las 9:00 y 11:00 de la mañana y en la tarde a partir de las 17:00 a 19:00 de la noche.

### **6.6.2. Aspecto social**

En el aspecto social la inclusión de nuevos instrumentos didácticos, generan una expectativa de mayor interés con relación al tema tratado, permite también el diálogo y la inclusión de las personas a partir de lo que se observa y se escucha, al tener como refuerzo didáctico los medios audiovisuales, esto permite poder dirigirse a una mayor cantidad de audiencia, generalizando el aspecto que se pretende comunicar, el desarrollo de este tipo de material audiovisual educativo, tienen una perspectiva aún más amplia ya que este material al ser digital, también tiene la propiedad de difundirse de manera viral en redes sociales.

### **6.6.3. Aspecto tecnológico**

Al manejar la tecnología llamada digital en la etapa de difusión, se realizó un uso adecuado de las llamadas Tecnologías de la Información (TIC'S), los instrumentos técnicos y tecnológicos utilizados para la creación de este producto audiovisual, fueron equipos pertenecientes al canal UTV de la Universidad Técnica del Norte, asesorados por personal del canal y su director en ese entonces el Dr. José Revelo, se puso en práctica para la campaña gráfico impresa toda la experiencia y conocimiento adquirido de la parte del Diseño Gráfico, ya que los autores son egresados de la Escuela de Educación Técnica de la carrera de Diseño Gráfico en la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología (FECYT), el diseño consta de unas figuras precolombinas, de las culturas que predominaban en las zonas aledañas a los páramos del cantón Montúfar, recopiladas en una investigación personal de los autores, se tomó en cuenta que las culturas asentadas en la región andina del cantón, son una especie de protectores que convivían con el entorno de una manera armónica, ya que todos estos pueblos son de origen mingüero, los colores están basados en la identidad gráfica de los símbolos

cantones de Montúfar, con leves variaciones en las gradientes tonales, por su parte el material audiovisual contiene imágenes inéditas y exclusivas, recopiladas dentro del proceso de producción de los spot ecológicos, cuenta con una diversidad de escenas relativas a la flora, fauna y las personas autóctonas del sector.

#### **6.6.4. Aspecto Ecológico**

El aspecto ecológico se encuentra fundamentado en la investigación que consta en el marco teórico del proyecto, la misma que fue facilitada por los departamentos de comunicación y de turismo del actual GAD de Montúfar, que fue rigurosamente estudiadas y analizadas por parte de los autores, que a posterior realizaron una sintonización de los aspectos más importantes que constan dentro de esta producción, aspectos como la ecología, la flora, la fauna y la riqueza identitaria del cantón Montúfar. Con el material recopilado y difundido se realizó un importante aporte, a la preservación y conservación de los páramos andinos específicamente, al páramo de Chutan de Navarrete uno de los extensos el páramo de La Delicia y el de La Paz.

#### **6.6.5. Aspecto turístico**

Todo el aspecto de orden turístico estuvo fundamentado en el criterio del departamento de turismo del cantón, con quienes los autores trabajaron de manera conjunta para el desarrollo de este material audiovisual ecológico, los tres spots están siendo difundidos en la página web del municipio y están siendo utilizados como material promocional turístico del cantón.

#### **6.6.6. Aspecto filosófico**

Jean Paul Sartre establece que **“el comportamiento presente en el ser humano, está determinado por un propósito, una meta, una intención situada en el futuro”**, la iniciativa de trabajar en el aspecto educativo de las nuevas generaciones a través de la Educomunicación, enfocado a temas ecológicos que nos permite plantear situaciones negativas o positivas a futuro, trabajando en el aspecto psicológico de la conservación, los autores fundamentan el aspecto filosófico en la filosofía existencial, la misma que nos permite establecer de manera paradójica metas a futuro en cualquier aspecto, en este caso se hizo un planteamiento de dos escenarios a futuro; uno positivo y otro negativo, cada uno de ellos condicionado a las acciones que ellos como jóvenes pueden adoptar con relación a este tema.

#### **6.6.7. Aspecto Psicológico**

El Neuromarketing actual se convierte en un hilo conductor para la publicidad, la misma que nos permite trabajar y diseñar no solo para la vista si no para la mente, en la cual de manera subjetiva se puede modificar ciertos aspectos conductuales de respuesta, mediante la persuasión, concienciación y sensibilización, el tema seleccionado para esta campaña gráfico impresa y audiovisual fue la ecología específicamente la protección y conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar, en las conferencias se tocaron temas dedicados relacionados con la fragilidad que tienen los ecosistemas, ante la injerencia del ser humano en ellos.

## **6.7. Objetivos**

### **6.7.1. Objetivo general**

Desarrollar una campaña educomunicacional audiovisual para la protección de los páramos andinos del cantón Montufar, durante el periodo 2011-2012. Propuesta alternativa.

### **6.7.2. Objetivos específicos**

- Identificar ejes temáticos para la elaboración de contenidos audiovisuales sobre la protección de los páramos andinos del cantón Montufar.
- Producir técnicamente contenidos audiovisuales con enfoque educomunicacional aplicando las fases de preproducción producción y post producción.
- Difundir la propuesta en colegios destacados del cantón como el Mario Oña Perdomo, Unidad Educativa Pablo Muñoz Vega, Colegio José Julián Andrade

## **6.8.Ubicación sectorial y física**

San Gabriel

Posición geográfica 77grados 49´ W Longitud 00grados 36´N  
Latitud, altitud 2.890 MSN.

San Gabriel es la cabecera cantonal de Montúfar y está constituido por dos parroquias urbanas, González Suárez y San José el límite de la división entre esas dos parroquias está dada por la calle Montalvo y una transversal que se encuentra ubicada a la altura del mercado central.

#### Población

Área Urbana 11.213 habitantes, periferia 7.222 total 18.335 habitantes (en aumento)

#### Limites

Al norte El Ángel, Tulcán comprendidos entre los orígenes del río Paluz, al este el sendero que conduce a San Cristóbal Alto, al sur Haciendas la Bretaña e Indújel, al oeste la cordillera Occidental.

### **6.9. Desarrollo de la propuesta**

#### **6.9.1 Campaña educomunicacional**

Dentro del desarrollo de este proyecto audiovisual, se contó con el apoyo logístico que brindó la Universidad Técnica del Norte, con sus equipados laboratorios de la facultad F.E.C.Y.T, y dentro de la casona universitaria con un personal capacitado en el área de fotografía y audiovisuales, este fundamental apoyo con que contamos los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte hace que el desarrollo de proyectos se facilite, para de esta manera dejar en alto el nombre de la Universidad, dando a conocer la calidad y el nivel de profesionales que genera esta casa de estudio.

El grupo formado por dos estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, cuentan con bases técnicas en el área de producción audiovisual, lo que proporciona a este proyecto un alto nivel de calidad, los conocimientos adquiridos en el transcurso de estos años en la casona universitaria, hacen que en el proyecto se vean reflejado los procesos gráficos y la creatividad en cada uno de los videos de la campaña.

El material técnico logístico con que cuenta la Universidad Técnica del Norte dentro de los laboratorios de la facultad F.E.C.Y.T oportó el 60% a esta campaña, dotando del más alto estándar en calidad, pues se posee con filmadoras semi profesionales con formatos ajustables al estándar requerido, un equipo de edición que consta de computadoras de última generación, programas de edición actualizados, y un sistema de audio de muy alta eficacia, trípodes y pluma (equipo móvil) que ayuda a movilizarse con mayor rapidez y proporcionándonos una estabilidad de imagen excelente, estos instrumentos serán requeridos y utilizados en el desarrollo de este proyecto.

El talento humano con que se cuenta en el Municipio de Montúfar, nos hace notar que tanto profesionales como personas ajenas al proyecto se vieron involucrados en 40% para el desarrollo del proyecto, las personas dentro del Municipio del cantón Montúfar, proporcionarán sus conocimientos de los páramos andinos, para la elaboración de este proyecto, sin dejar de lado a las personas externas que brindaran la imagen de este material audiovisual, dentro del proyecto se contó con un locutor que fue la voz oficial de la campaña (Robert Pineda - locutor).

Una vez que se contó con estos recursos se procedió a grabar cada uno de los videos con que cuenta la campaña, se empezó con una investigación breve a la historia del cantón Montúfar, en relación con la preservación de las Páramos Andinos, para así construir el guión de cada uno de los videos de la campaña, para luego construir el StoryBoard (Historia Breve) que nos ayudó a escoger los mejores planos, movimientos, e imágenes de cada uno de los videos, seguido con la elaboración de un cronograma de trabajo conjuntamente con el Municipio del cantón Montúfar, para el uso del transporte y guías proporcionados por el municipio.

Esta campaña audiovisual va encaminada al desarrollo del turismo y la conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar, con esto abarcaremos las necesidades que tiene el Municipio de un material audiovisual, que permita difundir el ecosistema con el que cuenta el cantón Montúfar.

Se determinó la necesidad de realizar esta campaña audiovisual, puesto que estos temas ecológicos han tomando un papel fundamental dentro de la educación, las materias relacionadas con este tema como es la ecología y el ecoturismo (turismo vivencial), sirvió para encontrar la mejor manera de incluir a la mayor cantidad de personas del cantón Montúfar, en este tema que es de interés mundial.

Externamente se cubrió con el recorrido de las parroquias y comunidades que comprenden el cantón Montúfar, como son: Chután de Navarrete, La Delicia, La Paz entre otros lugares que posean esta

biodiversidad o este ecosistema que nos facilitará la realización de este material audiovisual, los guías que brinda el Municipio de Montúfar ayudarán para la movilización tanto del equipo audiovisual, como de las personas que realizarán este proyecto, el aporte significativo que hace el municipio al otorgarnos una camioneta para la movilización hace que se trabaje de la manera más óptima y se aproveche el clima, pues en este ecosistema tan vulnerable hay cambios muy repentinos.

Para este trabajo se utilizó el StoryBoard, para seguir la secuencia de imágenes que vamos a necesitar para la realización de este material audiovisual, se ha establecido dentro de esta guía, hacer tomas de los páramos andinos del cantón Montúfar, tanto de su flora y fauna, personas y lugares representativos de la ciudad de San Gabriel - cantón Montúfar esto servirá como material de relleno en algunas secuencias de la construcción de la campaña.

## **6.9.2. Desarrollo de la propuesta por fases (Descripción del proceso de la campaña integral ecológica)**

### **6.9.2.1.Fase 1. Preproducción**

Dentro del proceso de preproducción se estableció una exhaustiva investigación de la importancia de la ceja andina “Páramos”, en la ecología perteneciente al sector norte, cantón Montúfar ubicado en la provincia del Carchi a 2.980 msnm el cual alberga especies únicas en el mundo.



Panorámica-San Gabriel-Cantón Montúfar

Posición geográfica 77grados 49' W Longitud 00grados 36'N Latitud, altitud 2.890 msn.

San Gabriel es la cabecera cantonal de Montúfar y está constituido por dos parroquias urbanas, González Suárez y San José el límite de la división entre esas dos parroquias está dada por la calle Montalvo y una transversal que se encuentra ubicada a la altura del mercado central.

Se estableció también vínculos personas y mediante oficio con las autoridades, el Alcalde del cantón Montúfar Juan José Acosta, quien sumilló mediante oficio la autorización a los departamentos de comunicación y turismo encargados de coordinar esta iniciativa, se presentó también el oficio a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte, al director de medio en ese entonces el Doctor José Revelo para que el canal UTV sea la fuente de difusión y apoyo en logística equipos técnicos y tecnológicos para el desarrollo de este proyecto.



Dr. Juan Acosta alcalde de San Gabriel periodo actual	Dr. José Revelo Director de Medios de UTV
Alianza estratégica GAD Montúfar y Universidad Técnica del Norte	

Una vez aprobado este proyecto que se convierte en el trabajo final de grado, de los señores Jefferson Fabricio Méndez Narváez y José Javier Narváez Córdova se procede a establecer las partes teóricas y técnicas, previas a la preproducción, producción y post producción de la campaña gráfica integral ecológica, en los pasos que se describen a continuación.

	
Sr. José Javier Narváez Córdova	Sr. Jefferson Fabricio Méndez Narváez
Autores del presente trabajo de grado	

- 1.- Investigación Teórico Técnica de los páramos andinos.
- 2.- Encuestas realizadas a las personas de los departamentos de comunicación y turismo del municipio del cantón Montúfar.

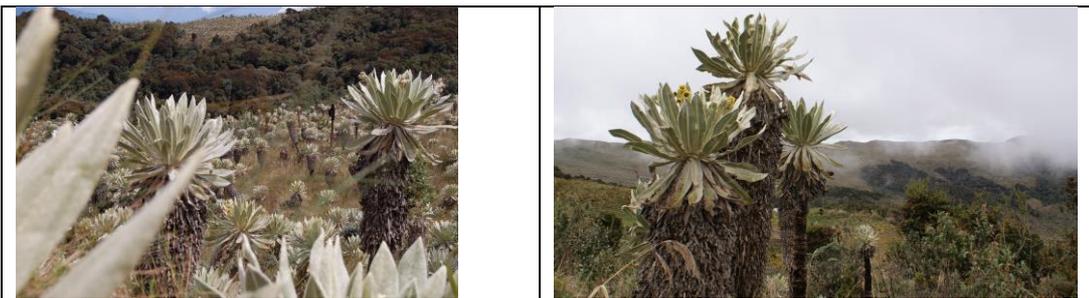
3.- Oficios de autorización de alianza estratégica del municipio del cantón Montúfar.



En las encuestas realizadas a 30 personas de los departamentos de Comunicación y turismo del GAD Montúfar

4.- Scouting Técnico (Excursión) previo StoryBoard (Recopilación material gráfico estático (Fotografías)).

5.- Elaboración del StoryBoard (Guion técnico para la elaboración) (Anexos).



Imágenes del páramo de Chután de Navarrete



Imágenes del páramo La Delicia



Imágenes del páramo de La Paz



Micro ecosistemas de los páramos andinos



Aves que tienen como su hábitat natural sus páramos.



Insectos que habitan dentro de los ecosistemas de los páramos



Reptiles que conforman y deambulan por los pajonales de los páramos

6.- Presentación del proyecto más StoryBoard para la autorización de la salida de equipos Universidad Técnica del Norte canal UTV - hospedaje transporte y guía del municipio del cantón Montúfar.



7.- Coordinación del cronograma de actividades establecido con las 2 entidades.

## 6.9.2.2. Fase 2. Producción

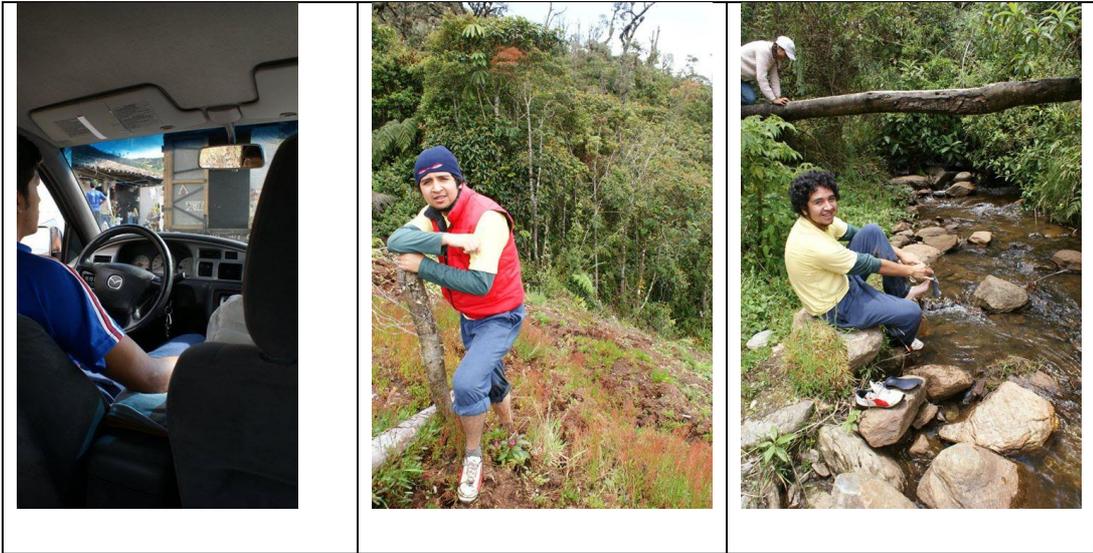
### 6.9.2.1.1. Introducción

Luego de haber concluido la etapa de preproducción, partimos con la planificación del cronograma de actividades, en la que se llevó 7 días calendario empezando el 2 de abril del 2011, las imágenes que contiene este material se constituye en una base en la que se sustenta el desarrollo de este proyecto, se explica también la importancia de la etapa de preproducción, para el desarrollo exitoso de la siguiente etapa que es la producción, la cual describimos a continuación:

#### 1.- Traslado y movilización a los páramos del cantón Montúfar



2.- Adaptación de los equipos para climas extremos lluvia, lodo entre otros, protección de los integrantes acorde a las exigencias climáticas del ambiente.



3.- Recopilación de imágenes en bruto de la flora y fauna de los páramos de Chutánde Navarrete, La Delicia y La Paz.



4.- Recesión para descargar material, cargar baterías y alimentación



5.- Socialización con personas de la comunidad explicando la labor de la Universidad Técnica del Norte, para la difusión de la conservación de los páramos (cabe recalcar la excelente atención y las facilidades de las personas adyacentes al lugar).



6.- Último día, culminación de la recopilación del material en bruto (audio y video), presentación de un informe dirigido al municipio del cantón Montúfar, por el uso de transporte, personas y guías pertenecientes al mismo.



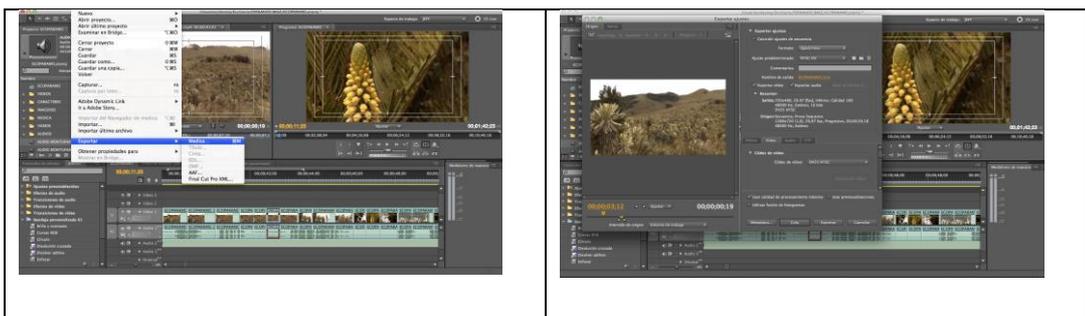
### 6.9.2.3.Fase 3 Post producción

Esta etapa consiste en la conjugación de la preproducción y producción, para conseguir el producto final parte de la campaña integral ecologista: edición y montaje

1.- Grabación y Limpieza de los audios originales de la campaña integral ecológica voz en off de la voz oficial de la Universidad Técnica del Norte, en el programa Adobe Soundbooth.



2.- Clasificación y selección de escenas de acuerdo al StoryBoard.



3.- Primer corte de edición de video en el programa Adobe Premier Pro.

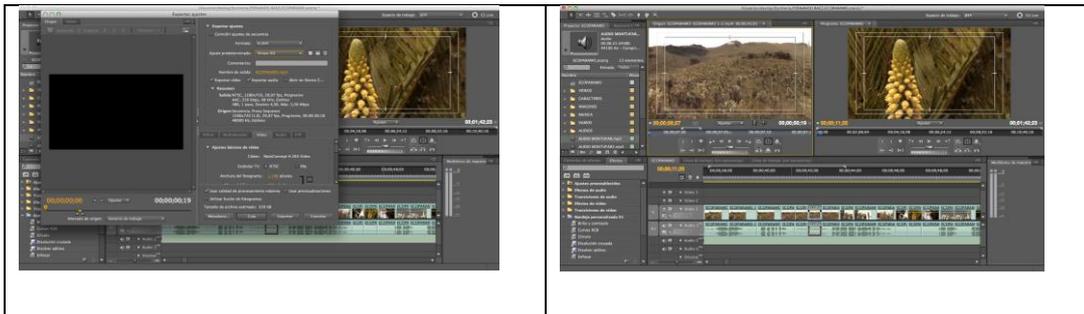
4.- Adaptación de imágenes acordes al StoryBoard y la secuencia.

5.- Cola de audio de los tres Spot de la campaña integral ecológica.

6.- Edición de la secuencia y montaje del fondo musical previo a la exportación a película.

7.- Revisión y reedición de la campaña integral ecológica (tres spots).

8.- Exportación a película de la campaña integral ecológica, en dos formatos HDV para Redes y DV para televisión.



#### **6.9.2.4.Etapa complementaria publicidad y difusión**

Una vez finalizado todo este proceso tenemos como resultado, un material audio visual y gráfico impreso para la campaña integral ecologista, los elementos de esta campaña integral constan de: un afiche publicitario con el nombre de la campaña denominada ECO-PÁRAMO, información de las fechas establecidas para las conferencias ecológicas en los establecimientos de la región, colegio José Julián Andrade, Mario Oña Perdomo, Jorge Martínez Acosta y Unidad Educativa Pablo Muñoz Vega, cabe recalcar que dentro del proceso didáctico se realizó una investigación previa, horarios óptimos, donde el cerebro capta de mejor manera la información dada de 10:00 a 11:00 y de 17:00 a 18:00, el diseño de una caja ergonómica minimalista que contiene datos informativos de la producción, diseño y elaboración de una plantilla para el Cd que contiene tres spots de orden ecológico con un mensaje corto y directo, entrega del material audiovisual y gráfico a las entidades educativas, municipio de Montúfar, para su consiguiente difusión.



Diseño de packaging de la caja y portada del cd, que contiene tres spot ecológicos para la campaña ECO-PÁRAMO.



Portada del Cd de la campaña ECO-PÁRAMO más el afiche y tríptico informativo que consta en anexos



Presentación de la conferencia de ecología tema: conservación y preservación de los páramos del cantón Montúfar en colegios representativos del sector estudiantes de nivel secundario



Proyección de los tres spots realizados para la campaña ecológica denominada ECO-PÁRAMO, usados como refuerzo didáctico dentro de la conferencia ecológica, resultado del proceso educomunicacional.

Expositor Sr. Jefferson Fabricio Méndez Narváez



Conferencia de la campaña alternativa ecológica ECO-PÁRAMO, método socrático de participación preguntas reflexivas a la audiencia sobre la importancia de la ecología.

Expositor: Sr. José Javier Narváez Córdova



Apreciación e Interacción con los estudiantes acerca del proceso educomunicacional y la ecología,



Explicación de las alianzas estratégicas entre la Universidad Técnica del Norte y el GAD de Montúfar para el desarrollo de esta conferencia



Cierre de la conferencia ecológica perteneciente a la campaña ECO-PÁRAMO de educomunicación, a cuatro colegios representativos de la provincia.

REPRESENTANTE LEGAL:

ALCALDE DE MONTÚFAR: Señor Juan José Acosta

COORDINADOR GENERAL: Señores Jefferson Méndez J

José Javier Narváez

DIRECTOR DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN: Sr. Beto Bolaños

SECRETARIA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN:

Srta. Eliana Rosero

GUÍA DE LA REGIÓN:

Guía de la región

CHOFER MUNICIPIO MONTÚFAR:

### **6.9.3. Beneficiarios (directos e indirectos)**

<b>niños</b>	<b>200</b>
<b>jóvenes</b>	<b>400</b>
<b>adultos</b>	<b>50</b>
<b>indirectos</b>	<b>Ciudadanía en general del cantón Montúfar</b>

### **6.9.4. Metodología a seguir para la ejecución de la campaña educomunicacional.**

La ejecución del proyecto estuvo a cargo de los señores interesados en la realización de este trabajo de grado.

La metodología que se utilizó:

- Investigación de campo
- Producción audiovisual
- Sinopsis
- StoryBoard spot publicitario
- Guión documental
- Plan de producción
- Plan de rodaje
- Material Físico Audiovisual

- Socialización
- Retroalimentación de información y perfección

## **6.10. Impactos**

### **6.10.1. Impacto Social**

Con esta propuesta el impacto social que se anhela alcanzar, es una modificación sustancial en a las conductas humanas de las personas del sector, específicamente en los adolescentes del nivel secundario de los colegios representativos del cantón, que son los que a futuro se encargarán de la protección y conservación de estos delicados ecosistemas, mediante las charlas ecológicas y el soporte didáctico audiovisual, se anhela concienciar a estas personas en temas relacionados con la ecológica.

### **6.10.2. Impacto educativo**

El impacto educativo que esperamos alcanzar con la aplicación y uso del proceso educomunicacional, basados en soportes didácticos audiovisuales direccionados a la ecología, es ingresar de manera directa a la parte oncológica de la educación, los valores sustanciales de respeto no solo para sus congéneres si no para con el ambiente, según las políticas de estado del buen vivir.

### **6.10.3. Impacto Pedagógico**

Los impactos pedagógicos se encuentran superditados a un método específico, que se aplicó en la enseñanza del tema dentro de la conferencia, el aprendizaje significativo establece que aprendemos más y

mejor mediante la experiencia, al incorporar la activación de los sentidos en este caso visual, auditivo y el de reflexión, con preguntas dirigidas a los estudiantes después de la conferencia, utilizando el método socrático de participación.

#### **6.10.4. Impacto Metodológico**

La manera adecuada de comprobar el conocimiento adquirido mediante las conferencias de ecología, es el método socrático de participación que comprende de una serie de preguntas reflexivas a partir de un tema específico, la conservación y preservación de los ecosistemas circundantes del cantón Montúfar

#### **6.10.5. Impacto Ecológico**

Existe una contradicción si tomamos como ejemplo las palabras preservación y conservación, la palabra preservación sería la más adecuada en una campaña de orden ecológico, en cuanto a la no afección de los delicados ecosistemas de la región, en cambio la palabra conservación habla de conservar los ecosistemas en los cuales el hombre ya tuvo una injerencia, y esta palabra estaría relacionada con una campaña de orden turístico, es por ello que dentro del proceso educacional aplicado, realiza un análisis profundo de los pro y los contra de la difusión de los páramos andinos.

#### **6.11. Difusión**

La difusión de esta propuesta se la realizó a través de una serie de conferencias en los colegios representativos de la región, en los cuales

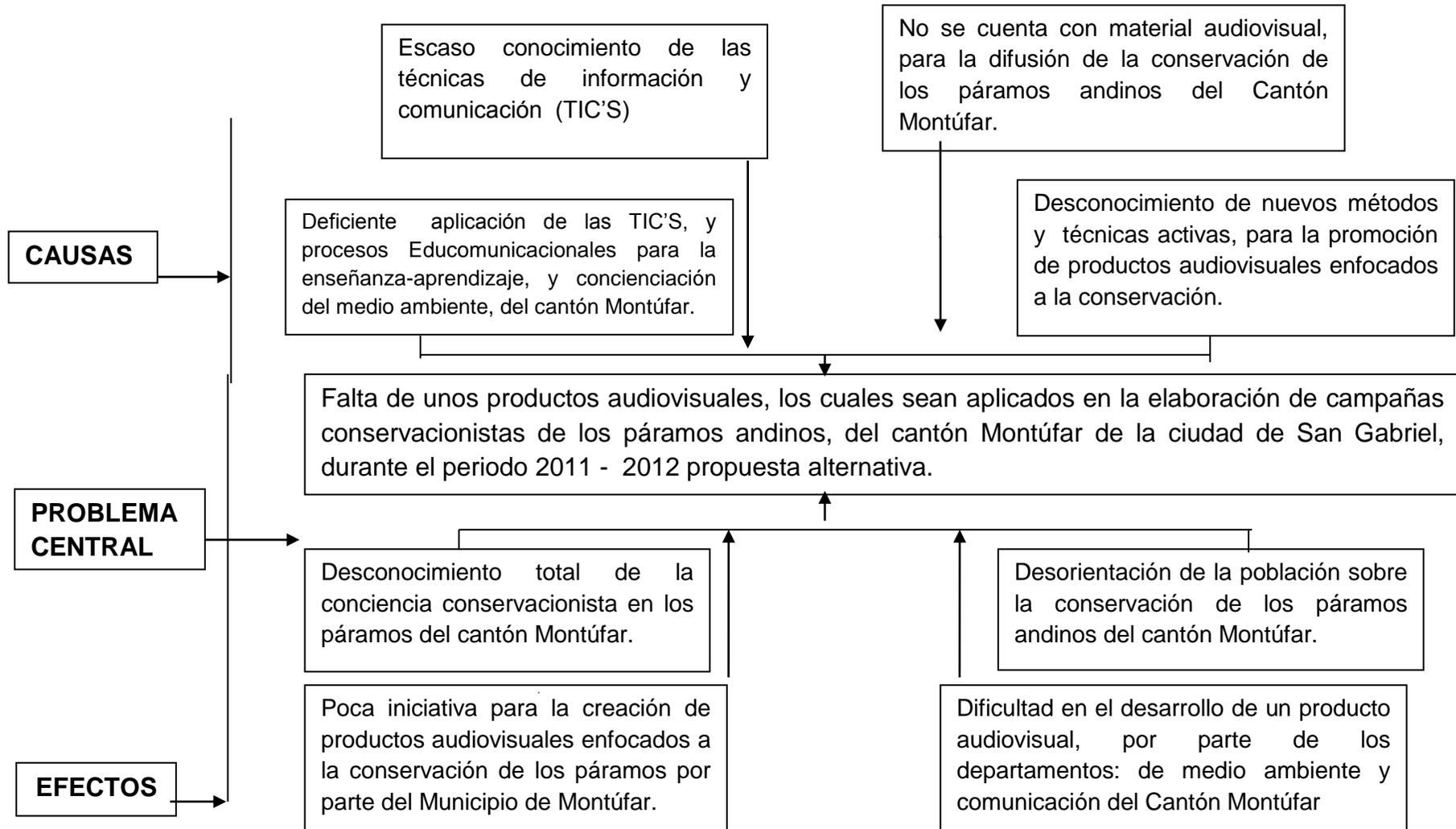
constan: José Julián Andrade, Mario Oña Perdomo, Jorge Martínez Acosta y la Unidad Educativa Pablo Muñoz Vega.

Se distribuyó un material gráfico impreso y audiovisual: Afiche, Tríptico, Spot de la campaña alternativa ecológica, producto del proceso educacional emprendido por los autores se dio la proyección de tres Spot relativos a la flora, fauna y personas octogenarias que conviven con los páramos andinos, que son muestra fehaciente del buen vivir y una perfecta armonía con la naturaleza.

## **6.12. BIBLIOGRAFÍA**

- Montúfar Pasado Presente y Futuro monografía profesor Washington Enríquez.
- Una vida y un terruño Bibliografía de don Miguel Humberto AristizábalGavilanes (editor).
- Historial oral del cantón Montúfar 100 años de progreso y lucha Sr Leopoldo Tobar Salazar (editor)
- Memoria oral del cantón Montúfar tomo II Recopilación y edición Oswaldo Cepedas

## ANEXO 1. ARBOL DE PROBLEMAS



**ANEXO No. 2**  
**MATRIZ DE COHERENCIA**

**TEMA:** LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS CONSERVACIONISTAS DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, DURANTE EL PERIODO 2011 - 2012 PROPUESTA ALTERNATIVA.

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
¿Cómo aplicar las TIC'S y los procesos educomunicacional audiovisual en la elaboración de campañas conservacionistas de los páramos andinos, del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, durante el periodo 2011 - 2012?	Estudiar las TIC'S y el proceso educomunicacional audiovisual aplicado a la elaboración de campañas conservacionistas de los páramos andinos, del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, durante el periodo 2011 - 2012.

<p style="text-align: center;"><b>SUBPROBLEMAS O INTERROGANTES</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p>
<p>¿Cuáles son las técnicas utilizadas dentro de la producción audiovisual?</p>	<p>Diagnosticar sobre la aplicación de las TIC'S y el proceso educomunicacional audiovisual, dentro de la elaboración de campañas conservacionistas de los páramos andinos, del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, durante el periodo 2011 - 2012.</p>
<p>¿Cómo aplicar las TIC'S en el proceso Educomunicacional para el desarrollo y difusión de este material audiovisual en el cantón Montúfar?</p>	<p>Fundamentar teóricamente el estudio de las TIC'S y proceso educomunicacional audiovisual aplicados a la elaboración de campañas conservacionistas de los páramos andinos</p>

<p>¿Qué impacto tiene la aplicación del material audiovisual conservacionista (Spot y Publiirreportaje) en la concientización de la población en aspectos ecológicos?</p>	<p>Elaborar una campaña conservacionista basados de las TIC'S y el proceso educomunicacional audiovisual, para el cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel, conjuntamente con los departamentos de comunicación y medio ambiente.</p>
---	--

## **ANEXO 3. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

**FACUTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEPARTAMENTOS DE MEDIO AMBIENTE Y COMUNICACIÓN DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTÚFAR DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL EN EL PERIODO 2010 – 2011.**

**TEMA:**

**“LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES. APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA CONSERVACIONISTA DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR, DURANTE EL PERIODO 2012 - 2013 PROPUESTA ALTERNATIVA”**

**OBJETIVO.**

**Mediante la siguiente encuesta analizaremos la factibilidad de la elaboración de un material audiovisual, para la conservación de los páramos andinos del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel en el periodo 2010 – 2011.**

## INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Encuesta dirigida al personal administrativo de los departamentos de medio ambiente y comunicación del municipio del Cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel.

INDICADORES	CONGRUENCIA		TENDENCIOCIDAD		CLARIDAD		OBSERVACIONES	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X

Evaluado por: Dr. José Revelo

Criterio del Evaluador:

Luego de haber realizado todas las correcciones necesarias al cuestionario de la encuesta se autoriza la aplicación del mismo a la aplicación investigada.

**Firma:**.....

Dr. José Revelo

#### **ANEXO 4. TEMA Y ENCUESTAS**

Modelo de encuesta aplicada al personal administrativo de los departamentos de medio ambiente y comunicación del municipio del cantón Montufar de la ciudad de San Gabriel.

#### **TEMA:**

**“LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS CONSERVACIONISTAS DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, DURANTE EL PERIODO 2011 - 2012 PROPUESTA ALTERNATIVA”**

Los autores de esta encuesta pretenden determinar mediante la presente serie de preguntas, la cual tiene como finalidad recopilar información, sobre la necesidad, de elaborar un material audiovisual conservacionista para la producción, desarrollo y difusión de los spots y publlirreportaje, para el municipio del cantón Montúfar en el periodo 2010 – 2011.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**ESCUELA DE EDUCACIÓN TÉCNICA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**Encuesta dirigida al personal administrativo de los departamentos de medio ambiente y comunicación del municipio del cantón Montúfar de la ciudad de San Gabriel.**

La presente serie de preguntas tiene como finalidad recopilar información, sobre la necesidad, de elaborar un material audiovisual conservacionista para la producción, desarrollo y difusión de los spots y publrreportaje, para el municipio del cantón Montúfar en el periodo 2010 – 2011.

De favor y de forma rápida conteste a la siguiente encuesta marcando con una Equis (X) dentro del recuadro  señalando una sola alternativa correspondiente a su criterio.

1. ¿Le gustaría conocer más acerca de los páramos andinos, mediante una producción audiovisual?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	TALVEZ	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------	--------	--------------------------

2. ¿Considera que el uso de los materiales audiovisuales, contribuyen significativamente a la difusión de una campaña conservacionista?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	TALVEZ	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------	--------	--------------------------

3. ¿Conoce de algún material audiovisual, que promocióne o difunda los páramos andinos del cantón Montúfar?

SI		NO		TALVEZ	
----	--	----	--	--------	--

4. ¿Conoce sobre ecología o conciencia conservacionista?

MUCHO		POCO		NADA	
-------	--	------	--	------	--

5. ¿Estaría de acuerdo que el material audiovisual realizado, sea difundido en la página web del municipio del cantón Montúfar?

SI		NO		TALVEZ	
----	--	----	--	--------	--

6. ¿**Está** de acuerdo con la creación de un producto audiovisual como (SPOT Y PUBLIREPORTAJE), para la difusión de una campaña conservacionista del cantón Montúfar?

SI		NO		TALVEZ	
----	--	----	--	--------	--

7. ¿Estaría de acuerdo que la campaña conservacionista realizada para el cantón Montúfar se extienda a los centros educativos del cantón?

SI		NO		TALVEZ	
----	--	----	--	--------	--

8. ¿Qué alcance de difusión le gustaría que tenga este material audiovisual?

Local		Regional		Nacional	
-------	--	----------	--	----------	--

9. ¿Qué clase de campaña audiovisual, le gustaría observar?

Spot		Publireportaje		Cortometraje	
1 min		5min – 7min		15min – 25 min	

10. Está de acuerdo que el municipio implemente este tipo de campañas y otorgue, las facilidades necesarias para el desarrollo de las mismas?

DE ACUERDO		DESACUERDO		INDIFERENTE	
------------	--	------------	--	-------------	--

11. Marque con una equis (x) los elementos que más conozca dentro de este cuadro correspondiente a la producción audiovisual.

<b>Spot</b>		<b>Publireportaje</b>	
1min duración		5 min - 7 min	
Voz en off		Voz en off	
Secuencias rápidas de imágenes		Sonido ambiental	
Varios efectos		Efectos limitados	
Animación		Animación	
Texto limitado		Texto más visible	
Difusión en TV		Difusión en segmentos	

12. Realizó alguna vez una visita a los páramos andinos del cantón Montúfar.

FRECUENTEMENTE	<input type="checkbox"/>	A VECES	<input type="checkbox"/>	NUNCA	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	---------	--------------------------	-------	--------------------------

**SE LE AGRADECE POR SU TIEMPO**

**ANEXO 5. Cronograma de actividades**

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

<b>ANTE PROYECTO DE TESIS</b>	<b>FECHA: 2010</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2011</b>	<b>2011</b>	<b>2011</b>
<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>
Diagnóstico de la situación problemática F.O.D.A	X   X   X   X							
Análisis de la matriz F.O.D.A		X   X   X   X						
Análisis causa efecto			X   X   X   X	X   X				
Análisis de la situación problemática					X   X   X			
Planteamiento del problema						X   X   X   X		
Presentación y aprobación del anteproyecto							X   X	X   X   X   X
Elaboración del marco contextual								
<b>FECHA:2011</b>	<b>MAY 2011</b>	<b>JUN 2011</b>	<b>SEP 2011</b>	<b>OCT 2011</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC 2011</b>	<b>ENE 2012</b>	<b>FEB 2012</b>
Desarrollo del marco teórico y aplicación de encuestas	X   X   X   X							
Desarrollo de la tarea de investigación		X   X   X   X						
Elaboración del informe del capítulo I. II marco teórico y fase de diagnóstico			X   X   X					
Organización gráfica de la propuesta				X   X				
Ejecución de la propuesta técnico – práctica					X   X	X   X   X   X	X   X   X   X	X   X   X   X
<b>FECHA:2012</b>	<b>MAR 2012</b>	<b>ABR 2012</b>	<b>MAY 2012</b>	<b>JUN 2012</b>	<b>JUL</b>			
Aprobación de la tesis de grado	X   X   X   X							
Elaboración del primer borrador		X   X						
Convalidación del proyecto, exposición teórico práctica			X   X					
Elaboración del informe final				X   X				
Defensa del proyecto ante el tribunal Técnico - práctico					X   X			

## **ANEXO 6. STORY BOARD Y AUDIO**

### VOZ EN OFF

Robert Pineda: Voz Oficial de la campaña integral ecológica

#### Spot 1

Montúfar, encanto natural; acoge a la más variada biodiversidad, en flora y fauna. Considerada esponja natural, del norte del país. Contribuye a la campaña ecológica a favor de la conservación de los páramos andinos. Montúfar organizado con identidad y buena calidad de vida.

#### Spot 2

San Gabriel. Ubicado al norte del País, centro de la provincia del Carchi – cantón Montúfar, a sus más de 3.800 m.s.n.m, hace de sus páramos y bosques, un lugar para visitar. La biodiversidad existente en el páramo andino revitaliza y armoniza al ser humano. Brinda el equilibrio que necesitamos. Montúfar organizado con identidad y buena calidad de vida.

#### Spot 3

La ceja andina sitio protegido, hipnotiza con la belleza de sus contrastes. (Imágenes que se miren los contrastes). Montúfar, un legado de nuestros ancestros. El presente y el futuro en nuestras manos, cuidémosla.

## STORY BOARD

### GUIÓN TÉCNICO (STORY BOARD)

#### ANEXO 7

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto "ECO-PÁRAMO" Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO	AUDIO / EFECTOS SONIDO
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Zoom out) (PLANO GENERAL) 2s</p> <p>Locución: considerada esponja 2s</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO GRAN GENERAL) 2s</p> <p>Locución: natural del norte 2s</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Contraluz) (PLANO GENERAL) 2s</p> <p>Locución: del país</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO MEDIO) 1s</p> <p>Locución: contribuye a la campaña</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Pasan Personas lado izquierdo) (PRIMER PLANO) 1s</p> <p>Locución: contribuye a la campaña</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto "ECO-PÁRAMO" Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO



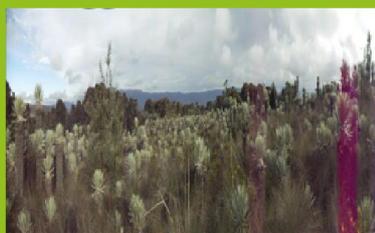
Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO GENERAL) 1s  
  
Locución: ecológica



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO DETALLE) 2s  
  
Locución: a favor de la



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(Desenfoque)  
(PLANO GENERAL) 2s  
  
Locución: conservación  
de los paramos andinos



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(Personas mirando el paramo)  
(PLANO GENERAL) 2s  
  
Locución: conservación  
de los paramos andinos



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(Paneo izquierda - derecha)  
(PLANO GRAN GENERAL) 3s  
  
Locución: Montúfar organizado con  
identidad y buena calidad de vida.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto "ECO-PÁRAMO" Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO



Sonido  
( Cantón Montúfar Ciudad)  
(zoom out)  
(PLANO GRAN GENERAL) 3s  
Locución: San Gabriel – Cantón Montúfar  
MUSICA fondo (YANNI : butterfly)



Sonido  
( Helecho páramo andino)  
(Contra luz)  
(PLANO GENERAL) 2s  
locución: ubicado al norte del Ecuador



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(Luz Diagonal)  
(PLANO MÉDIO) 2s  
voz en off: al centro de la  
Provincia del Carchi



Sonido  
( Flor Frailejón)  
(PLANO DEATALLE) 1s  
locución: a sus mas de



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO GENERAL) 2s  
locución: 3800 m.s.n.m,

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto "ECO-PÁRAMO" Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s

locución: hace de sus paramos  
(efecto de sonido: viento)



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO GENERAL) 2s

locución: y bosques andinos



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO GENERAL) 2s

locución: y bosques andinos



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(Paneo derecha - izquierda)  
(PLANO GENERAL) 1s

locución: sitio para visitar por su  
gran biodiversidad en flora y fauna.



Sonido  
( Fauna del páramo)  
(Macro)  
(PRIMER PLANO) 1s

locución: sitio para visitar por su  
gran biodiversidad en flora y fauna.  
(efecto de animales )

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto “ECO-PÁRAMO” Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO

	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO GENERAL) 1s</p> <p>locución: sitio para visitar por su gran biodiversidad en flora y fauna.</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Desenfoque) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: . El paramo andino revitaliza y armoniza al ser humano siendo parte de la ceja andina.</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Desenfoque) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: . El páramo andino revitaliza y armoniza al ser humano siendo parte de la ceja andina.</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (Desenfoque) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: . El páramo andino revitaliza y armoniza al ser humano siendo parte de la ceja andina.</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (desenfoque) (PLANO GENERAL) 2s</p> <p>locución: . Montúfar organizado con identidad y buena calidad de vida.</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto “ECO-PÁRAMO” Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO	AUDIO / EFECTOS SONIDO
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: la ceja andina sitio protegido, hipnotiza</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: la ceja andina sitio protegido, hipnotiza</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: con la belleza de sus</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (efecto rápido de neblina) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>locución: contrastes.</p>
	<p>Sonido ( Frailejón páramo andino) (efecto lento) (PLANO MEDIO) 2s</p> <p>(silencio)</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto “ECO-PÁRAMO” Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s  
locución: el legado de nuestros  
ancestros



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s  
locución: el legado de nuestros  
ancestros



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s  
locución: el presente y el futuro en  
nuestras manos cuidemosla.



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s  
locución: el presente y el futuro en  
nuestras manos cuidemosla.



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 1s  
locución: el presente y el futuro en  
nuestras manos cuidemosla.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Ibarra – Ecuador  
STORY BOARD

Nombre del Proyecto "ECO-PÁRAMO" Responsables: Narváez José Javier, Méndez Jefferson  
Fecha: Elaboración 2 de abril del 2011 Producción 20 - 27 de abril de 2011

VIDEO

AUDIO / EFECTOS SONIDO



Sonido  
( Cantón de Montúfar)  
(PLANO GENERAL) 2s  
  
Locución: Cantón Montúfar 2s  
MUSICA Fondo (YANNI : Nostalgia)



Sonido  
( Cantón de Montúfar)  
(zoom out) 2s  
(PLANO GRAN GENERAL)  
  
Locución: encanto natural



Sonido  
( Planta nativa páramo)  
(Golpe de luz en la planta)  
(PLANO MEDIO) 3s  
  
Locución: acoge a la más



Sonido  
( Fruto andino)  
(PRIMER PLANO) (3s)  
  
Locución: variada diversidad (1s)



Sonido  
( Frailejón páramo andino)  
(PLANO MEDIO) 2s  
  
Locución: en flora y fauna 2s

**UNIDAD EDUCATIVA TEMPORAL "MARIO OÑA PERDOMO"**  
San Gabriel – Carchi: E-mail: [Colmop@andinanet.net](mailto:Colmop@andinanet.net); Tele fax (06)2 290-335



**CERTIFICACION**

Dr. Jorge Urresta, RECTOR DE LA UNIDAD EDUCATIVA TEMPORAL "MARIO OÑA PERDOMO" en forma legal;

**CERTIFICA:**

Que los Señores Jefferson Fabricio Méndez Narváez con C.C. 1003183165 y José Javier Narváez Cordova con C.C. 1002708236, estuvieron presentes en la Unidad Educativa "MARIO OÑA PERDOMO" el día miércoles 23 de mayo del 2012, de 10h.30 a 11h.30, dictando una Conferencia de Educomunicación, Campaña Ecológica de los Paramos Andinos.

Es todo cuanto puedo informar, facultando a los interesados hacer buen uso del presente.

San Gabriel, 23 de Mayo del 2012

Atentamente,





**UNIDAD EDUCATIVA "JORGE MARTINEZ ACOSTA"**  
**DE LA TIERRA EL FRUTO DE TI LA VERDAD**  
San Gabriel - Carchi Teléfono 2290-235 2291-779  
[jorgemartinezacosta@yahoo.com.mx](mailto:jorgemartinezacosta@yahoo.com.mx)  
[www.colegiojma.edu.ec](http://www.colegiojma.edu.ec)

-----  
**Lic. José Fermín Villarreal, RECTOR ENCARGAD DEL COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO "JORGE MARTINEZ ACOSTA"**

**C E R T I F I C O:**

Que los señores: JEFFERSON FABRICIO MENDEZ NARVAEZ, con CC 1003183165; y, el señor JOSE JAVIER NARVAEZ CORDOVA con CC 1002708236 asistieron a la Institución de mi Regencia, con la finalidad de dictar una CONFERENCIA SOBRE Ecomunicación, Campaña Ecológica de los Páramos Andinos, trabajo que lo realizaron el día martes 23 de mayo del 2012, a partir de las 12h00.

Faculto al interesado, hacer del presente el uso legal que a bien tenga.

San Gabriel, 23 de mayo del 2012.

Lic. José Fermín Villarreal  
RECTOR ENCARGAD





GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE MONTÚFAR



**ALCALDÍA**

Señores  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
Presente.-

Por medio del presente dejo constancia y un agradecimiento por la realización de tres spots de orden ecológico realizados en el periodo 2011, 2012 como resultado de la alianza estratégica entre la Universidad Técnica del Norte y el GAD Municipal de Montúfar, parte del trabajo final de grado de los señores JEFFERSON FABRICIO MÉNDEZ NARVÁEZ con C.I 100318316-5 y NARVÁEZ CÓRDOVA JOSÉ JAVIER con C.I 100270823-6.

Atentamente,

Lc. Beto O. Bolaños  
COORDINADOR DE COMUNICACIÓN GAD MONTÚFAR



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
DEL CANTÓN MONTÚFAR  
**ALCALDÍA**



**CERTIFICACIÓN**

A través de la presente certifico que los señores Jefferson Fabricio Méndez Narváez y José Javier Narváez Córdova portadores de los números de cédulas 1003183165 y 1002708236 respectivamente.

Egresados de la Carrera de Diseño Gráfico, perteneciente a la Facultad de Ciencia y Tecnología FECYT, de la prestigiosa **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, de la ciudad de Ibarra, realizaron tres spots como parte de la difusión de su trabajo de grado, el cual consta de una campaña ecológica enfocada a la conservación de los páramos andinos del Cantón Montúfar.

Es todo cuanto puedo certificar, pudiendo hacer uso del presente para los fines pertinentes.

Dr. Juan Acosta Pusdá

**ALCALDE GADMM**



03-61 y Bolívar

Telfs.: 2 290-123 / 2 290-124 \* Fax: 2 290-415

SAN GABRIEL • Parque Principal

[www.gobiernomontufar.gob.ec](http://www.gobiernomontufar.gob.ec)



**UNIDAD EDUCATIVA "PABLO MUÑOZ VEGA"**  
COMUNIDAD DE HIJAS DE LA CARIDAD DE SAN VICENTE DE PAÚL  
SAN GABRIEL - CARCHI

### CERTIFICACIÓN

Lic. Edelmira Pozo., RECTORA (E) DE LA UNIDAD EDUCATIVA "PABLO MUÑOZ VEGA", en forma legal;

### CERTIFICA:

Que el Señor Jefferson Fabricio Méndez Narváez con C.C. 1003183165, estuvo presente en la Unidad Educativa "PABLO MUÑOZ VEGA", el día miércoles 23 de mayo de 2012, de 09h00 a 10h10, dictando una Conferencia de Educomunicaciones Campaña ecológica de los páramos andinos.

Es todo cuanto puedo informar, facultando al interesado hacer buen uso del presente.

San Gabriel, 23 de mayo de 2012

Atentamente,

x Lic. Edelmira Pozo  
RECTORA (E)





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	100318316-5 100270823-6	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Méndez Narváez Jefferson Fabricio Narváez Córdova José Javier	
<b>DIRECCIÓN:</b>		SECTOR SAN ANDRES - AV 13 DE ABRIL	
<b>EMAIL:</b>		jfmn_8914@hotmail.com <a href="mailto:joseph_reivax@hotmail.com">joseph_reivax@hotmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062-918-534 062-956-444	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0985603 513 0985325730

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“LOS PROCESOS EDUCOMUNICACIONALES AUDIOVISUALES. APLICADOS EN LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA CONSERVACIONISTA DE LOS PÁRAMOS ANDINOS, DEL CANTÓN MONTÚFAR, DURANTE EL PERIODO 2011 – 2012. PROPUESTA ALTERNATIVA.”

<b>AUTOR (ES):</b>	Méndez Narváez Jefferson Fabricio Narváez Córdova José Javier
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	12 de junio de 2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	licenciados en la especialidad de diseño gráfico.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Dr. José Revelo

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Méndez Narváez Jefferson Fabricio , con cédula de identidad Nro. 100318316-5 , y Narváez Córdova José Javier , con cédula de identidad Nro. 100270823-6, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

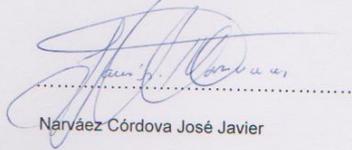
Ibarra, a los 12 días del mes de Junio de 2014

**EL AUTOR:**



Méndez Narváez Jefferson Fabricio

**EL AUTOR:**



Narváez Córdova José Javier