

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

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

**“Los medios alternativos de comunicación para la difusión de las
buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato”.**

Autor: Gabriel Flores, Stalin Vladimir

Tutora: Dra. Larrea Solórzano, Andrea Daniela

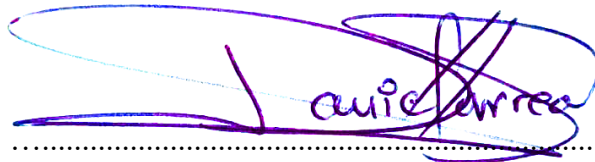
Ambato – Ecuador
Septiembre, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**Los medios alternativos de comunicación para la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato**” del alumno Gabriel Flores Stalin Vladimir, estudiante de la carrera de DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre de 2022

LA TUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dra. Larrea Solórzano', is written over a horizontal dotted line.

Dra. Larrea Solórzano, Andrea Daniela

C.C.: 1718993718

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Los medios alternativos de comunicación para la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, septiembre de 2022

EL AUTOR



Stalin Vladimir Gabriel Flores

C.C.: 1804644555

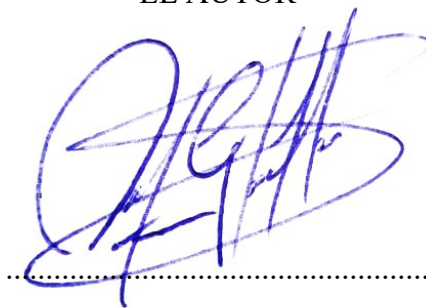
DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, septiembre de 2022

EL AUTOR



Stalin Vladimir Gabriel Flores

C.C.: 1804644555

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“Los medios alternativos de comunicación para la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato”** de Stalin Vladimir Gabriel Flores, estudiante de la carrera de DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, septiembre de 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Fabara Sánchez Fernando Rodrigo

MIEMBRO CALIFICADOR

Suárez Naranjo Carlos Sebastián

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis hijos Sofia y Josué y a mi esposa Paulina, por ser los motores de superación personal y profesional que alegran mi existencia cada día. A mis padres por su esfuerzo y sacrificio en el largo y duro camino de la vida. A mis hermanos Mallku y Lenin quienes han sido ejemplo de sacrificio y superación.

Stalin Vladimir Gabriel Flores

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes conforman la Facultad de Diseño y Arquitectura, en mi formación profesional he considerado a la facultad como mi segundo hogar, mi gratitud infinita a excompañeros y profesores que a lo largo de este tiempo han compartido sus conocimientos y han motivado mi interés por el diseño gráfico, en especial a mi tutora Dra. Daniela Larrea, quien me ha guiado en este proceso con paciencia y perseverancia para sacar adelante este proyecto. A mis compañeros y amigos de la música, que en mi etapa académica supieron apoyar y motivar mis deseos de superación.

Stalin Vladimir Gabriel Flores

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---------------------------------------|------|
| PORTADA..... | i |
| APROBACIÓN DE LA TUTORA | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | iii |
| DERECHOS DE AUTOR | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | iv |
| DEDICATORIA..... | vi |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| ÍNDICE GENERAL | viii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xii |
| RESUMEN EJECUTIVO | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|---|----|
| 1. MARCO TEÓRICO | 2 |
| 1.1. Tema..... | 2 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 2 |
| Contextualización macro..... | 3 |
| Contextualización meso | 4 |
| Contextualización micro | 5 |
| 1.2.2. Árbol de problemas | 8 |
| 1.3. Justificación..... | 9 |
| 1.4 Objetivos | 10 |
| 1.4.1. Objetivo general | 10 |
| 1.4.2. Objetivos específicos | 10 |
| 1.5. Antecedentes de la investigación | 10 |
| 1.6. Fundamentación | 13 |
| 1.6.1 Fundamentación axiológica | 13 |

| | |
|---|----|
| 1.6.2 Fundamentación legal | 13 |
| 1.6.2 Fundamentación ontológica | 15 |
| 1.7. Categorías fundamentales | 16 |
| 1.7.1. Redes conceptuales. <i>Jerarquización de variables</i> | 16 |
| 1.8 Fundamentación teórica | 19 |
| 1.8.1 Diseño | 19 |
| 1.8.2 La comunicación | 19 |
| 1.8.3 Estrategias de comunicación | 20 |
| 1.8.4 Medios alternativos de comunicación | 21 |
| 1.8.5 Medio ambiente..... | 23 |
| 1.8.6 Contaminación ambiental..... | 24 |
| 1.8.7 Conciencia ecológica | 24 |
| 1.8.8 Buenas prácticas medioambientales..... | 25 |
| 1.9 Formulación de la hipótesis | 26 |
| 1.10 Señalamiento de las variables | 26 |
| 1.10.1 Variable dependiente..... | 26 |
| 1.10.2 Variable independiente..... | 26 |

CAPÍTULO II

| | |
|--|-----------|
| 2. METODOLOGÍA | 27 |
| 2.1. Método | 27 |
| 2.1.1 Enfoque de la investigación | 27 |
| 2.1.2 Modalidad básica de la investigación | 27 |
| 2.1.3 Nivel o tipo de investigación..... | 28 |
| 2.2. Población y muestra | 28 |
| 2.2.1 Tabla medios alternativos | 28 |
| 2.3. Operacionalización de variables | 30 |
| <i>Operacionalización Variable Independiente</i> | 30 |
| <i>Operacionalización Variable Dependiente</i> | 303 |
| 2.4. Técnicas de recolección de datos | 36 |

| | |
|-----------------------|----|
| 2.4.1 Entrevista..... | 36 |
| 2.4.2 Encuesta | 37 |

CAPÍTULO III

| | |
|--|-----------|
| 3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS. | 38 |
| 3.1.1 Análisis de entrevistas variable dependiente..... | 38 |
| 3.1.2 Análisis de entrevistas variable independiente | 39 |
| 3.1.3 Análisis de encuestas..... | 42 |
| 3.1.4 Análisis de benchmarking | 56 |
| 3.2. Verificación de hipótesis..... | 63 |
| 3.2.1 Matriz de triangulación | 63 |
| Análisis e interpretación de la matriz de triangulación..... | 69 |

CAPÍTULO IV

| | |
|---|-----------|
| 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 70 |
| 4.1. Conclusiones | 70 |
| 4.2. Recomendaciones..... | 71 |
| BIBLIOGRAFIA | 72 |
| ANEXOS | 78 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla: 1 Medios alternativos en la ciudad de Ambato | 28 |
| Tabla: 2 Operacionalización de la variable independiente | 30 |
| Tabla: 3 Operacionalización de la variable dependiente..... | 33 |
| Tabla 4 Plan de recolección de información | 36 |
| Tabla 5 Plan de recolección de información | 37 |
| Tabla 6 Edad en la que usted se encuentra..... | 42 |
| Tabla 7 frecuencia usted utiliza las redes sociales | 43 |
| Tabla 8 Red social es la que utiliza con mayor frecuencia | 44 |
| Tabla 9 Frecuencia usa los medios alternativos de comunicación..... | 45 |
| Tabla 10 Veracidad de la información que manejan estos medios | 46 |
| Tabla 11 La aplicación de estrategias comunicacionales..... | 47 |
| Tabla 12 Califica la calidad gráfica o estética de los medios alternativos..... | 48 |
| Tabla 13 El diseño gráfico es una disciplina necesaria..... | 49 |
| Tabla 14 El uso de color, formas y tipografía..... | 50 |
| Tabla 15 Medios alternativos de comunicación que usted ha visualizado..... | 51 |
| Tabla 16 La población ambateña posee conciencia ecológica..... | 52 |
| Tabla 17 Buenas prácticas medioambientales | 53 |
| Tabla 18 Implementen contenidos medioambientales | 54 |
| Tabla 19 Entidades gubernamentales u organizaciones pro ambientales | 55 |
| Tabla 18 Análisis de la marca KMD radio tv | 56 |
| Tabla 20 Análisis de la marca Cero violencia..... | 58 |
| Tabla 21 Análisis de la marca Revista Chris | 59 |
| Tabla 22 Análisis de la marca Tales y cuales | 60 |
| Tabla 23 Análisis de la marca Esencia stereo | 61 |
| Tabla 24 Tabla de operación de variables..... | 63 |
| Tabla 25 Base de datos medios alternativos de comunicación rastreados, mayo – junio 2022..... | 78 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Grafico 1: Árbol de problemas..... | 8 |
| Gráfico 2. Constelación de ideas..... | 16 |
| Gráfico 3. Variable dependiente..... | 17 |
| Gráfico 4. Variable independiente | 18 |
| Gráfico 5. Interpretación de resultados pregunta #1 | 42 |
| Gráfico 6. Interpretación de resultados pregunta #2 | 43 |
| Gráfico 7. Interpretación de resultados pregunta #3 | 44 |
| Gráfico 8. Interpretación de resultados pregunta #4 | 45 |
| Gráfico 9. Interpretación de resultados pregunta #5 | 46 |
| Gráfico 10. Interpretación de resultados pregunta #6 | 47 |
| Gráfico 11. Interpretación de resultados pregunta #7 | 48 |
| Gráfico 12. Interpretación de resultados pregunta #8 | 49 |
| Gráfico 13. Interpretación de resultados pregunta #9 | 50 |
| Gráfico 14. Interpretación de resultados pregunta #10 | 51 |
| Gráfico 15. Interpretación de resultados pregunta #11 | 52 |
| Gráfico 16. Interpretación de resultados pregunta #12 | 53 |
| Gráfico 17. Interpretación de resultados pregunta #13 | 54 |
| Gráfico 18. Interpretación de resultados pregunta #14..... | 55 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como propósito relacionar el uso de los medios alternativos de comunicación con la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato.

En el proceso de investigación se determinaron las problemáticas ambientales y comunicacionales en relación a la difusión de contenidos pro ambiental, por lo que se desarrollaron instrumentos y técnicas de recolección de datos que nos permitan conocer los criterios de los involucrados en el tema en relación a las variables y el grado de participación del diseño en las mismas, mediante un análisis de las características compositivas de la identidad visual que poseen estos medios, se desarrolló una guía de estilos que permita tanto a diseñadores como directores de medios alternativos conocer los elementos compositivos que deben estar presentes en la producción grafica en dichos medios.

PALABRAS CLAVE: Medios alternativos de comunicación, Buenas prácticas medioambientales, Diseño gráfico, Guía de estilos.

ABSTRACT

The purpose of this project is to link up the use of alternative communication media with the dissemination of good environmental practices in Ambato city.

In the research process, environmental and communicational problems were determined in relation to the dissemination of pro-environmental contents; therefore, instruments and data collection techniques were developed that allow us to know the criteria of those involved in the subject in relation to the variables and the degree of participation of design in them, through an analysis of the compositional characteristics of the visual identity that these media have, a style guide was developed that allows designers as well as directors of alternative media to know the compositional elements that must be present in the production graphic in these media.

KEYWORDS: Alternative communication media, Good environmental practices, Graphic design, Style guide.

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación se planteó realizar un análisis de como los medios alternativos de comunicación inciden en las buenas prácticas ambientales y como el diseño gráfico participa en este proceso.

En el primer capítulo bajo una investigación a profundidad de los factores que intervienen en nuestro tema de estudio, se identificó el problema y se realizó la justificación del porque debemos fijar nuestra atención en los factores generadores del problema, posteriormente se trazó los objetivos y se amplió el análisis en base al estado del arte para identificar estudios relacionados al tema a tratar. Después de la fundamentación legal y ontológica se desarrollaron las redes conceptuales para posteriormente realizar la fundamentación teórica, la misma que apporto con conceptos de varios autores a la investigación, para finalizar este capítulo, se realizó el señalamiento de las variables y la formulación de la hipótesis

En el segundo capítulo se aplicó el método inductivo y deductivo, por lo que el enfoque de nuestra investigación fue cuantitativo con un nivel correlacional no experimental. Posteriormente se realizó el cálculo de la población que fue el rastreo de los medios alternativos y la muestra 384 personas en el cantón Ambato, las mismas que después de realizar la operacionalización de las variables de aplicaron técnicas e instrumentos de investigación Además, el diseño gráfico en sus varias aristas puede contribuir con un mensaje óptimo a la sociedad de como las buenas prácticas medio ambientales pueden potencializar el accionar del círculo de personas que están conscientes de su importancia y pueden difundir un mensaje significativamente sobre la conservación del medioambiente.

En el tercer capítulo se realizó el análisis de la interpretación de resultados para poder realizar la triangulación de la información y para finalizar en el capítulo cuatro realizamos las conclusiones y recomendaciones con una guía de estilos básica.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Tema

“Los medios alternativos de comunicación para la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato”

1.2. Planteamiento del problema

Los medios alternativos de comunicación son el canal por el cual se puede generar la difusión de las buenas prácticas medioambientales debido a que estos medios son más flexibles y abarcan todos los segmentos de la sociedad, el diseño gráfico en sus varias aristas puede contribuir con un mensaje óptimo a la sociedad de como las buenas prácticas medio ambientales pueden potencializar el accionar del círculo de personas que están conscientes de su importancia y pueden difundir un mensaje significativamente sobre la conservación del medioambiente.

Se puede evidenciar que los medios de comunicación han evolucionado de diversas maneras, ya sea por el apareamiento de la escritura, así como la invención de la imprenta, la prensa, la radio y la televisión que han permitido la difusión acontecimientos de eventos, noticias en un momento donde se desconocía la inmediatez. Posteriormente el desarrollo de la tecnología permitió conexiones vía internet lo que puso en evidencia un nuevo momento, la globalización, que no significan obligatoriamente mejores condiciones para la población que habita el planeta.

Los medios tradicionales han permitido la difusión de posiciones ideológicas, políticas, económicas y demás que favorecen una postura de masificación ante la población global. Dentro del campo del medio ambiente esta participación cada vez va ganando más espacios, sea para denunciar acciones de contaminación, explotaciones ilegales y otras. Existe mayor alcance para difundir las prácticas que de una u otra manera favorecen la conservación del medio ambiente, pero que dentro de un espacio global aún

se presenta como limitado al desaprovechar o no encontrar una comunidad interesada en este tipo de acontecimientos.

Las costumbres de la sociedad Ambateña no incluyen como prioridad la aplicabilidad de las buenas prácticas medioambientales, actualmente han fijado su atención más en temas políticos, de salud, económicos, entre otros, dejando de lado los relacionados a la contaminación y al equilibrio de los ecosistemas. La ausencia de una conciencia social enfocada a la conservación del entorno limita este tipo de contenidos y en algunos casos son nulos.

Consideramos importante el aporte que podamos entregar a la sociedad, por lo que con el presente proyecto aspiramos conocer: ¿Qué canales de comunicación no convencionales permitirían difundir un contenido relacionado con la conservación del medioambiente y la ecología en la ciudad de Ambato?

1.2.1 Contextualización

- **Contextualización macro**

Barranquero y Trere (2021) nos mencionan que a nivel de latinoamericana los medios alternativos de comunicación se gestaron, ya a comienzos de los años 70, en un contexto de fuerte resistencia a las políticas verticales y extensionistas de comunicación del desarrollo exportadas desde EE.UU. La comunicación y los medios (radio, prensa popular, cartillas, cassettes, teatro, etc.) comenzaron a ser concebidos como instrumentos vitales para la alfabetización, la toma de conciencia crítica, o la mejora de las condiciones de vida. La necesidad de la sociedad de expresar un pensamiento crítico, libre e independiente destaca el papel de los medios alternativos de comunicación desde sus inicios en Latinoamérica los cuales dieron un aporte sustancial a la sociedad tanto en el tema educativo, publicitario y comunicacional.

En relación a las buenas prácticas medioambientales según la Organización Mundial de la Salud (O.M.S, 2022) hay estudios desarrollados evidencian que 92% de la población mundial vive en zonas en los cuales los niveles de calidad de aire exceden los límites fijados por esta organización, de lo que ocasiona alrededor de 3 millones de muertes al año debido a la contaminación del aire. En América Latina y el Caribe dichas cifras son alarmantes ya que tuvieron relación con la contaminación de aire exterior e interior, evidentemente el aire contaminado atenta contra la salud de los grupos más vulnerables de la población al igual que los factores bióticos y abióticos en el ecosistema.

Más del 75% de la superficie terrestre ya se encontraría degradada y la cifra podría elevarse por encima del 90% hacia 2050 (Gligo y Barkin, 2020) Esta proyección revela una degradación de la superficie a un equivalente a la mitad de la Unión Europea por año en las cuales la agricultura, la silvicultura y la minería son los motores generadores de gases efecto invernadero en la región.

- **Contextualización meso**

En el Ecuador a las buenas prácticas medioambientales, existen datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2018) muestra de 10.646 empresas 2.734 (26%) empresas tienen algún tipo de certificación ambiental. De esas empresas, el 6% son certificadas ISO 140001, mientras que el 4% posee la certificación punto verde (por la gestión de sus desechos, gestión del papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles, capacitación y compras responsables) y 1% la certificación de carbono neutro (compensación de emisiones de dióxido de carbono por el uso de energías renovables de alta calidad, eficiencia energética y proyectos de reforestación) González, (2018). Los datos son alarmantes, entendiéndose que el 74% de las empresas a nivel nacional no tienen ningún tipo de control o regulación en lo que se refiere a contaminación, manejo de desechos y desperdicios.

Los residuos sólidos peligrosos en las zonas urbanas, rurales e industriales, son causa de problemas ambientales, hecho que genera un impacto ambiental negativo por el

inadecuado manejo y gestión de los mismos, perjudicando directamente la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental (Fernández, Fernandez y Solís, 2016). La carencia de control y planes para el tratamiento de los residuos producto de la industrialización, siguen siendo el problema central de las entidades gubernamentales ante una amenaza que afecta al ecosistema y la biodiversidad del Ecuador.

La industria gráfica es un claro ejemplo por la cantidad de químicos, solventes y materiales no reutilizables que se convierten en desperdicios, se debe considerar que los residuos generados en nuestra vida cotidiana desembocan en contaminación al ambiente, al igual que el derroche de recursos como el agua, la energía, el papel, por tanto, generamos una serie de problemas ambientales que exigen tomar medidas de forma personal e institucional para aminorarlos.

Por otro lado, frente al tema de la comunicación Ochoa (2021) plantea que los medios de comunicación alternativos se han presentado como una potente herramienta para conocer los hechos con exactitud, sin ser manipulados o controlados por los grandes poderes económicos y políticos. El Internet y las redes sociales se han convertido en los mejores aliados para estos medios alternativos, permitiéndoles competir con las grandes empresas de comunicación, llegando incluso, a superar sus niveles de credibilidad. Los medios alternativos de comunicación surgen como una respuesta a la monopolización del contenido que manejan los medios de comunicación convencionales como la prensa escrita, radio y televisión. Las redes sociales, apps y plataformas en internet se abren paso ante la falta de veracidad y parcialidad de dichos medios convencionales de comunicación.

- **Contextualización micro**

Según la Agenda Ambiental de Tungurahua (2014) las áreas naturales y ecosistemas están seriamente amenazados por la presión ejercida por las actividades agropecuarias sobre la cota de los 3.600 msnm, poniendo en riesgo la disponibilidad del agua para consumo humano y riego para las futuras generaciones. Otro aspecto importante a considerar, es la contaminación de los recursos hídricos, producida por la descarga directa de aguas

residuales de uso doméstico e industrial, donde las unidades hidrográficas de los ríos Ambato y Pachanlica presentan niveles altos de contaminación.

Lopez (2022) refiere que la Dirección de Gestión y Calidad Ambiental del Gobierno Provincial es una entidad encargada de regular y dar seguimiento a los niveles de contaminación del agua y afluentes más concretamente a las empresas, lavanderías y curtiembres que utilizan el líquido vital como parte de un proceso en sus actividades comerciales. Los niveles de contaminación del aire no son regulados por la DGCA, puesto que están dentro del rango caso contrario de lo que sucede con el agua.

En la provincia de Tungurahua existen elevados niveles de contaminación, Numbeo una pagina web que maneja base de datos a nivel mundial enfocado a la calidad de vida evidencia que, en Ambato, la contaminación del aire es el 25.00%, la insatisfacción con la gestión de residuos es el 65.00%, suciedad y desorden 55.00%, ruido y contaminación lumínica 55.00%, contaminación del agua 81.25%, satisfacción con la gestión de residuos 35.00%, limpia y ordenada 45.00%, tranquilo y sin problemas con luces nocturnas 45.00%, calidad del agua 18.75%. Dentro del área urbana de la ciudad de Ambato siendo un punto estratégico en la producción pecuaria y agropecuaria, dichos niveles se presentan de manera alarmante al existir elevados grados de contaminación en sus afluentes de agua y el uso de sedimentos contaminados para la agricultura, esto debe promover la iniciativa de los sectores productivos para el control y mejoramiento de la agroindustria, el uso de agroquímicos, pesticidas e insecticidas de una forma responsable podrían minimizar los daños en el ecosistema por la presencia humana.

La dinámica de la sociedad ha dado como resultado el desarrollo de nuevas alternativas comunicacionales concretamente en la ciudad de Ambato se han desarrollado eventos como “El primer encuentro de comunicación libre” que en el año 2018 reunió a 22 medios web y alternativos, estos medios. Según Altamirano y Tapia, (2019) La saturación publicitaria convencional ha permitido la evolución de la comunicación alternativa por su naturaleza creativa vinculada con el desarrollo de las sociedades y su gran potencia difusora del mensaje. Uno de los aspectos importantes sobre estos medios

es la inmediatez con la que el mensaje llega al receptor de lo que se desea comunicar de una forma concreta y directa, el costo de las pautas o contenido publicitario en los medios de comunicación son altamente elevados por lo que en la actualidad se abre una brecha importante donde la publicidad vive un nuevo momento en la que las plataformas digitales son el medio o canal para difundirlas.

1.2.2. Árbol de problemas

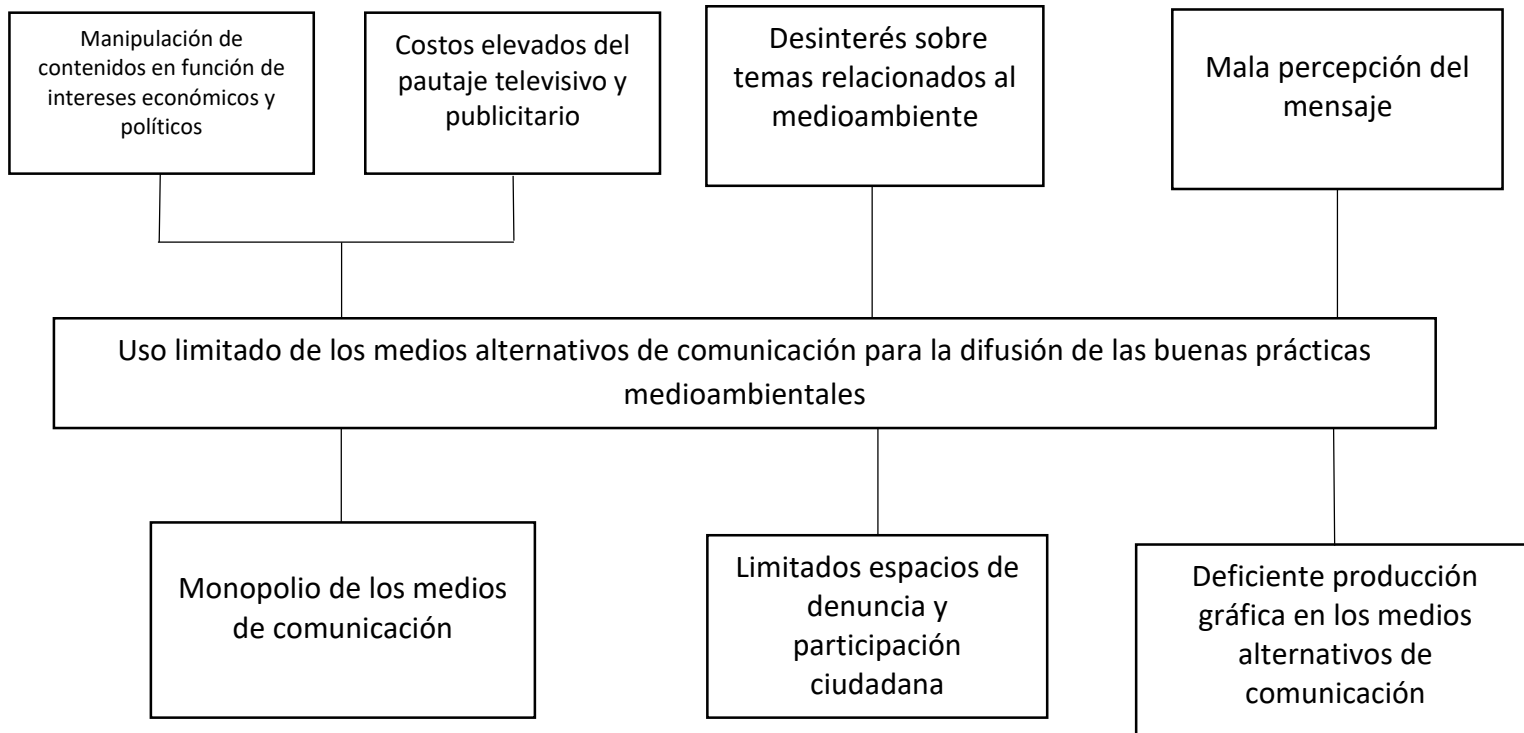


Grafico 1: Árbol de problemas

1.3. Justificación

Desde el aspecto metodológico, el propósito del presente proyecto es a través del diseño gráfico relacionar el uso de los medios alternativos de comunicación con la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato. Utilizando fundamentos teóricos y compositivos del diseño se realizará un análisis de la participación del diseño gráfico en algunos medios alternativos existentes, además, se busca identificar los medios tecnológicos más adecuados para las actividades que practiquen y/o fomenten las buenas prácticas medioambientales según las características de los mercados involucrados.

Desde el aspecto tecnológico, se asimila la importancia que se ha creado en torno a la difusión de información por medios digitales como (podcast, blogs, chats, foros) ya que su alcance en tema de síntesis y contexto permiten a las organizaciones llegar al público objetivo con material didáctico o explicativo de impacto y con excelentes resultados, por lo cual tampoco se descarta el empleo de medios e instrumentos de divulgación masiva.

Desde una perspectiva social, se considera la tendencia a la promoción digital a nivel comercial, educativo y social; donde se concentra una gran cantidad de información por medio de contenido audiovisual, para lo cual se busca crear compromisos individuales sobre las consecuencias de la contaminación en los espacios naturales y artificiales de la ciudad, y de las acciones de manejo adecuado de los desechos, optimización de los recursos energéticos y naturales, así como el reproceso de materiales y desechos urbanos orientados al mejoramiento de las condiciones de vida.

Finalmente, desde el aspecto académico, la importancia de este proyecto es analizar y determinar cómo el diseño gráfico está presente en los medios alternativos de comunicación y a su vez como esta se podrían potencializar para la promoción de ideas

que permitan generar un impacto reflexivo, a la comunidad ambateña en torno al cuidado del medio ambiente.

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Establecer el alcance de los medios alternativos en la difusión de las buenas prácticas medio ambientales en la ciudad de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar las características compositivas asociadas al diseño gráfico en los medios alternativos de comunicación rastreados.
- Definir qué tipo de elementos son reconocidas como buenas prácticas medioambientales en el marco de una investigación bibliográfica.
- Desarrollar una propuesta esquemática sobre los elementos del diseño gráfico que deben considerarse en este tipo de espacios de comunicación alternativa.

1.5. Antecedentes de la investigación

Para configurar el Estado del Arte se realizó una búsqueda de artículos científicos de temas que traten o versen sobre las variables en cuestión, de esta manera se logró establecer el posicionamiento y/o tratamiento de la problemática actualmente, así:

Herrera y Luzón, (2020) quienes gestaron un artículo titulado” Medios de comunicación alternativos digitales y las protestas por el decreto 883 en Ecuador 2019” resaltan el protagonismo que tuvieron los medios alternativos de comunicación frente a los medios convencionales de comunicación y su papel de contratación de información en el escenario mediático. Se puede mencionar que medios alternativos de comunicación han sido una respuesta de los hombres y mujeres a un cambio social. Mediante esta investigación se analizó la presencia de los medios alternativos en el escenario digital y la aceptación que tuvieron en las jornadas de protestas por el decreto 833.

Fernandez (2019) con su tema de investigación “La información ambiental en los medios de comunicación” propone que los medios de comunicación pueden y deben desempeñar un papel fundamental en la conciencia ambiental de la sociedad, sin embargo, no conceden al medio ambiente la importancia que éste merece. Por su parte, los periodistas ambientales están mejor preparados y tienen cierta conciencia de grupo.

Según Bueno (2017) en su trabajo de investigación titulado “Efectividad de los Medios de Comunicación Alternativos, en el Barrio “Los Sauces” del Cantón Sigsig; como instrumento de convocatoria a campañas, eventos y promociones ciudadanas propiciadas por el GADS” explica que la comunicación es una fase esencial de los seres humanos para comprendernos y satisfacer ciertas necesidades, como objetivo, se ha mencionado la importancia del estudio de la comunicación alternativa más efectivos para la difusión de eventos, promociones y campañas.

Buelvas (2020) en su proyecto investigativo “Propuesta de una estrategia de comunicación para la difusión de la política de medio ambiente de la Universidad de Cartagena” menciona que se atiende al problema mundial de la contaminación ambiental y reconoce la importancia de los procesos de comunicación para el cambio de comportamientos empleando la teoría de la comunicación estratégica.

Es evidente que los autores Buelvas y Cassiani (2020), en su “Propuesta de una estrategia de comunicación para la difusión de la política de medio ambiente de la Universidad de Cartagena (Acuerdo N°10 de 2018), en la comunidad estudiantil”, reflexionan sobre cómo se puede hacer un proceso de difusión de la política ambiental, partiendo del reconocimiento a la importancia que tiene esta en la coyuntura mundial frente a los procesos de cambio climático y contaminación. Esta investigación evidencia la debilidad comunicacional de la institución con respecto a la política ambiental y de la política hacia la comunidad estudiantil, asimismo reafirmó la importancia del diseño de la estrategia de comunicación como única herramienta que asegura el vínculo político

ambiental para contribuir a formar profesionales con conocimientos y valores en pro del medioambiente.

Lema (2014), planteo el siguiente tema “Planes de buenas prácticas ambientales y su influencia en la prestación de servicios turísticos de la parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, provincia de Tungurahua”; trabajo en el que se concluyó que los pobladores conocen poco acerca de las buenas prácticas ambientales, por falta de información. Es preocupante saber que rara vez hacen alguna actividad para cuidar el medio ambiente, esto se debe, en parte, a no tener una adecuada educación ambiental. Los pobladores consideran importante crear una guía de buenas prácticas ambientales para el cuidado y la conservación del medio ambiente (p.59).

Falconi (2019), en su investigación titulada “Manual de buenas prácticas ambientales” plantea una invitación a la comunidad educativa ecuatoriana interesada en la concienciación, aprendizaje y enseñanza de conocimientos, competencias, valores, deberes, derechos y conductas que permitan la protección y conservación del ambiente. No implican inversiones económicas mayores, pero sí gran predisposición al cambio y mucha creatividad.

Además, Valenciana (2019) en su proyecto “Las buenas prácticas medioambientales en Artes Gráficas”; manifiesta que las buenas prácticas son útiles tanto por su simplicidad y bajo coste como por los rápidos y sorprendentes resultados que se obtienen al reducir el consumo de agua y recursos energéticos, disminuir el volumen de residuos, la racionalización en el consumo de materias primas. Estas requieren sobre todo cambios en la actitud de las personas y en la organización de las operaciones. Al necesitar una baja inversión su rentabilidad es alta y al no afectar a los procesos, son bien aceptadas.

Es importante mencionar que los aportes que nos brindan estas investigaciones nos ayudan con información potencial para identificar las problemáticas y su vez, adjuntar al levantamiento de información sobre temas relacionados a las buenas prácticas

medioambientales y medios alternativos de comunicación como herramienta de difusión masiva. La importancia del cuidado del medioambiente y de cómo la vida cotidiana tiene efectos perjudiciales a corto y largo plazo en estas áreas, ya que, la falta de conocimiento de la población en la ciudad de Ambato, repercuten en el estilo de vida y deterioro del ecosistema.

1.6. Fundamentación

1.6.1 Fundamentación Axiológica

Se evito considerar criterios o posiciones que deriven en una postura que beneficie o perjudique la imparcialidad de la investigación, para ello se buscó ampliar el horizonte sobre las nuevas formas de los medios de comunicación, así como la generación de nuevos códigos de comunicación. Se aspira concientizar a los jóvenes y niños que aún no reciben la educación apropiada para promover las buenas prácticas medioambientales apropiadas en sus centros de estudio sobre el tema de la conservación de los ecosistemas, mediante el diseño de materiales gráficos que promuevan la conservación del medioambiente.

1.6.2 Fundamentación legal

Dentro de la fundamentación legal, se considerarán aspectos lógicos, la investigación planteada se basó en todas las leyes, normativas y reglamentos de regulación que se apliquen como parte del tema tratado.

Según el Ministerio del Ambiente en su acuerdo ministerial 131 del año 2010, en el título II de la gestión para las buena prácticas ambientales Art. 14 se determina que la política de buenas prácticas ambientales deberá incorporar un sistema informático cero papeles en la gestión de documentación interna, sus costos y beneficios o en su defecto cada institución deberá diseñar un mecanismo de comunicación electrónico interna que permita ahorrar papel. La ciencia y tecnología ha ido abriéndose paso a lo largo de dos

décadas en las cuales los medios digitales han expandido su alcance a nivel global, ante esta realidad el mundo a buscado simplificar procesos y ahorrar recursos migrado los contenidos impresos a plataformas digitales. Estos procesos disminuyen los niveles de contaminación y permiten adaptarse a un entorno evolutivo en el manejo de la información.

Para obtener un discernimiento del tema legal mediante la Ley Orgánica de Comunicación según el Art. 1.- Se establece que esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación. Lo expresado textualmente en este artículo promueve, regula y defiende a toda persona que desee ejercer su derecho a la libre expresión, el derecho a opinar libremente es uno de los pilares fundamentales de la democracia.

En la Ley Orgánica de Comunicación según el Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley. En base a este artículo se sostiene el principio de igualdad de oportunidades en la que todas las personas, actores sociales y empresariales pueden hacer uso de ellas con las limitaciones que la constitución demanda.

En La ley Orgánica de Comunicación en su Art. 5.- Medios de comunicación social .- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación

masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Según la Ley Orgánica de Comunicación en el Art. 48.- Canales alternativos para la difusión de publicidad. - Son medios o canales alternativos aquellos que no correspondan a la definición de medios de comunicación social establecida en el Art. 5 de la Ley Orgánica de Comunicación y son utilizados para difundir publicidad de bienes, productos o servicios ofertados dentro del territorio nacional. Tales medios o canales alternativos tienen los mismos derechos y obligaciones que los medios de comunicación social en relación a la difusión de publicidad.

1.6.2 Fundamentación ontológica

Finalmente, como parte de la fundamentación ontológica, se relacionó entre la teoría y la práctica, siendo los propósitos de la comunicación los que promuevan la conservación del medioambiente que ha sido parte de su vida y que los ecosistemas juegan un papel importante en el desarrollo de la ciudad de Ambato, los resultados de la realidad social que serán resaltados dentro del documento, lo que permitirá crear conciencia ecológica en los niños y jóvenes de tal manera que como adultos practiquen y promuevan diferentes valores de conservación de las buenas prácticas medioambientales.

1.7. Categorías fundamentales

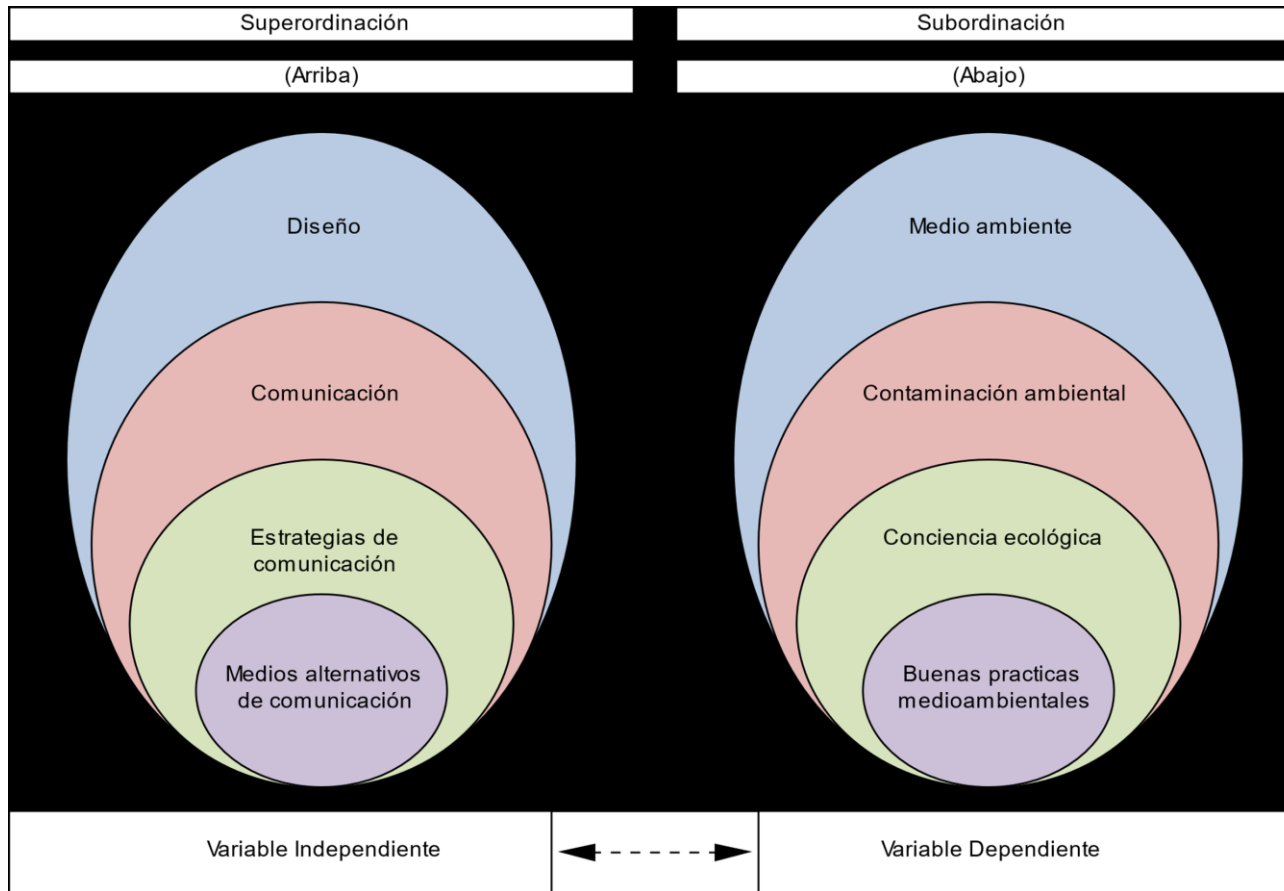


Gráfico 2. Constelación de ideas

1.7.1. Redes conceptuales. Jerarquización de variables

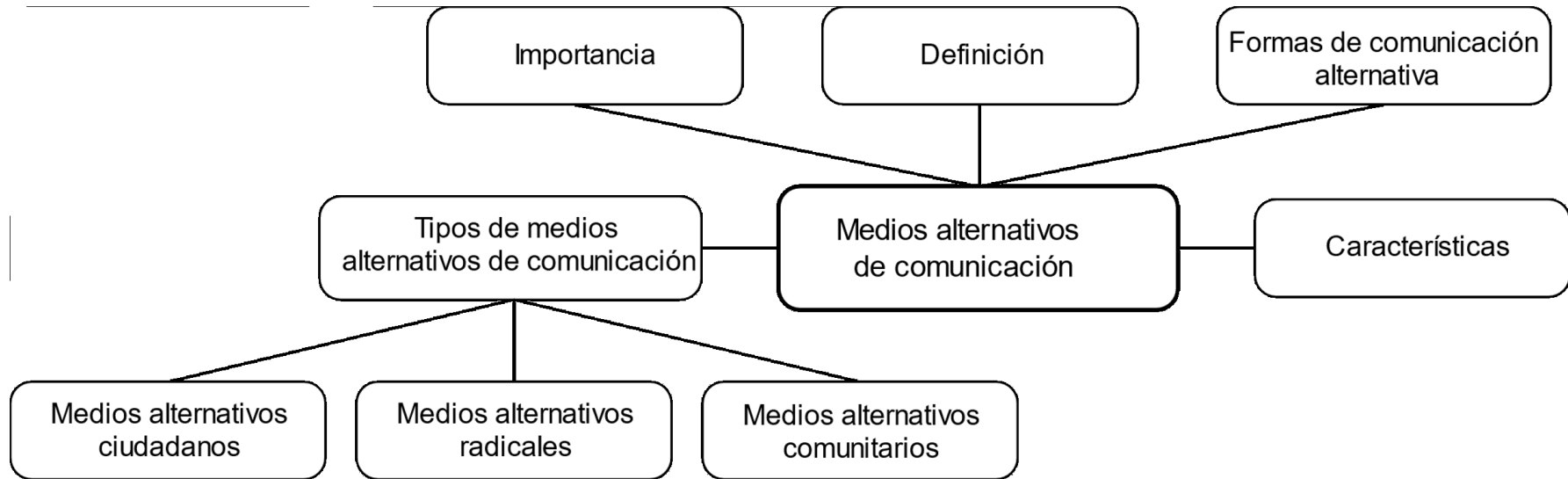


Gráfico 3. Variable dependiente

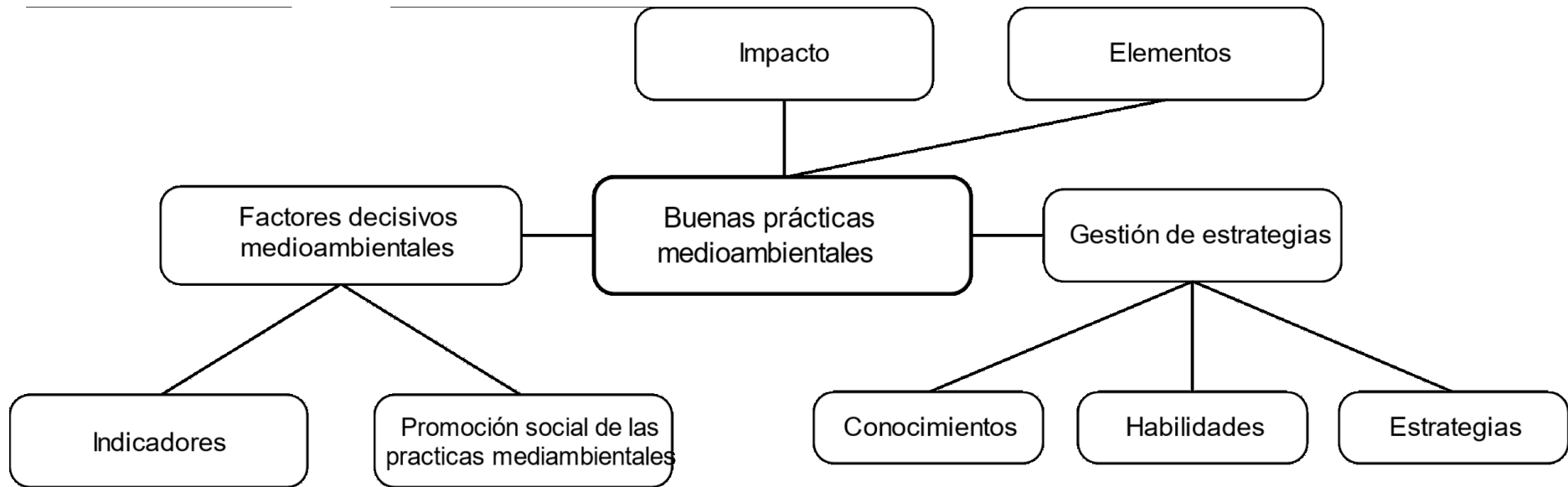


Gráfico 4. Variable independiente

1.8 Fundamentación Teórica

Variable independiente

1.8.1 Diseño

Cruz (2017) quien cita a Wucius Wong afirma que el diseño gráfico es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

Frascara (2017) manifiesta que el diseño es una actividad interdisciplinaria que integra las ciencias sociales, el arte y la tecnología. Los Primeros porque el diseño se ocupa de la gente. La segunda porque, diferente de las ciencias sociales, el diseño no se orienta sólo a estudiar a la gente sino a intervenir en la sociedad para mejorar la calidad de la vida.

La interpretación de estos autores nos permite cimentar un concepto sobre el diseño gráfico, en el cual la estética y la funcionalidad van de la mano por medio de este conjunto de saberes, se busca dar soluciones a problemas desde una perspectiva pragmática y creativa mediando en la sociedad para mejorar la calidad de vida.

1.8.2 La comunicación

Bautista y Guzmán (2020) manifiestan que la comunicación está presente en todos los ámbitos de la vida del ser humano, se expresa por medios verbales, no verbales, escritos, gestuales, gráficos, entre otros. Los mensajes expresados en cualquier instancia de la comunicación deben tener características específicas logrando una codificación óptima.

Además, Tuiran y Gomezcásseres (2019) manifiestan que la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Por esto el objetivo fundamental del diseño gráfico publicitario es comunicar visualmente, entendiéndose que la comunicación es un factor natural propia del ser humano que se expresa de varias formas.

Tolomeo (2018), indica que un sistema de comunicaciones es un conjunto de dispositivos que son utilizados con la finalidad de transmitir, emitir y recibir señales de todo tipo, como voz, datos, audio, video, etc., además dichas señales pueden ser del tipo digital o analógica. Se puede interpretar que estos sistemas de comunicación han permitido facilitar el proceso en el cual el mensaje llegue al receptor por medio de estas señales como las citadas por el autor.

1.8.3 Estrategias de comunicación

Según la autora Pouplana (2019) manifiesta que las estrategias de comunicación son una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios. Para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser conscientes de que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la empresa. La estrategia de comunicación debe estar alineada con los objetivos y valores de la empresa, ser honesta y partir de un buen conocimiento del público al que se dirige la empresa.

Es de suma importancia como parte de nuestra investigación obtener información de como las empresas utilizan herramientas de negocios que están vinculadas con estrategias comunicacionales, puesto que el mensaje elaborado por las empresas es emitido en varios canales para que lleguen a varios receptores teniendo en cuenta la importancia del manejo de su identidad corporativa y grupo objetivo al cual estos se dirigen.

1.8.4 Medios alternativos de comunicación

Tuiran y Gomezcásseres (2019) manifiestan que para una aproximación a lo que hoy día se conoce como medios alternativos (canal comunitario) resulta significativo resaltar la relación teórica que existe entre comunicación alternativa y comunicación popular. La comunicación alternativa surge en los años 80 como una actitud contestataria ante el avasallamiento y predominio de los medios de comunicación masiva. Los comunicadores de medios pequeños encuentran que hay otras vías y métodos más adecuados para llegar a su público, que es necesario salir de los marcos de la ideología dominante.

Para Hernández (2020) los medios alternativos de comunicación parecieran ser un nuevo momento virtuoso dentro de un proceso en el que los hábitos de consumo, el desarrollo tecnológico, la tendencia social hacia el aislamiento y la falta de solidaridad, convergen en un producto que es extremadamente rentable, debido a que provee la sensación de pertenencia y cohesión social, dentro de un espacio que permite a los individuos y comunidades identificar horizontes (a veces fragmentados y particulares) que den cabida a sus preferencias, su lenguaje y al significados de sus acciones.

Las actitudes contestatarias anti sistema dan surgimiento a los medios alternativos de comunicación como respuesta a la subyugación y monopolio de los medios de comunicación masivos, estas marcan una similitud con los medios alternativos de la actualidad, inician como medios de comunicación relativamente pequeños y aprovechan las plataformas existentes para difundir su contenido con libertad. Mas, estos medios no

están libres de llegar a una cohesión social, ni mucho menos llegar a ser instrumentos más publicitarios que comunicacionales, puesto que la independencia del manejo de contenidos está sometida al juicio y preferencia de quien lo administre.

Uno de los principios de los medios alternativos de comunicación es promover la diversidad cultural, es decir la manifestación de la cultura de los grupos y sociedades. Estos medios alternativos muestran una realidad no comercial, es decir, rompen un esquema al cual habitualmente eran sometidos, en algunos niveles exponen una realidad que la sociedad no está acostumbrada a percibir en los medios de comunicación convencionales, muestran realidades individuales y colectivas que otros no dicen.

Categorías de los medios de comunicación alternativa

Hernández (2020) menciona que los medios de comunicación alternativa, entendidos ahora por sus prácticas particulares para la producción de sus comunicaciones, se pueden categorizar de distintas maneras, de las cuales se han de recuperar tres: medios alternativos ciudadanos, medios alternativos radicales y medios alternativos comunitarios.

Medios alternativos ciudadanos

Los medios ciudadanos son emisoras, televisiones comunitarias, iniciativas de internet, todos aquellos medios que abren espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, y adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos (Rodríguez, 2009, p.19).

Medios alternativos radicales

Downing, (2001) señala que, en primer lugar, los medios alternativos radicales amplían la gama de información, reflexión e intercambio desde los límites hegemónicos, a menudo estrechos, del discurso de los principales medios. En segundo lugar, con frecuencia intentan ser más receptivos que los principales medios de comunicación a las

voces y aspiraciones de los expulsados. A menudo tienen una relación cercana con un movimiento social en curso y, por lo tanto, expresan de manera bastante espontánea puntos de vista y opiniones extraídos de los principales medios de comunicación o ridiculizados en ellos.

Medios alternativos comunitarios

Hernández y Olvera, (2012) expresan que un medio alternativo comunitario debe estar encaminado a fortalecer y facilitar el ejercicio de la comunicación en una sociedad, transformando al sujeto receptor y volverlo partícipe de la comunicación y de lo que acontece en su comunidad es decir volverlo actor del desarrollo comunitario. Por tanto, este espacio toma relevancia en la cotidianidad de los sujetos que pertenecen a dicha comunidad y se puede elevar como una herramienta para la intervención social.

Las categorías de los medios de comunicación alternativas permitirán entender como estas funcionan dependiendo al sector y contenido que manejan. El análisis de cada uno de estos autores permite clasificar y delimitar a los medios alternativos tanto por las posturas ideológicas, el uso o manejo del lenguajes, signos y símbolos, y la participación de receptor en los medios alternativos de comunicación.

1.8.5 Medio ambiente

Hernández C. (2021) indica que el medio ambiente es un sistema interactivo complejo que solo puede ser comprendido a través de un enfoque interdisciplinario.

Cruz (2017) quien cita a Malacaza (2002) define al medioambiente como el conjunto de factores externos que actúan sobre los organismos vivos. El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida material y psicológica del hombre y en el futuro de generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida de los seres vivos.

Para construir un concepto de medio ambiente según estos autores se debe emplear un conjunto de disciplinas científicas, puesto que son varios los factores que lo componen & interrelacionan entre sí, para sintetizar, podríamos decir que es el conjunto de elementos que influyen en el desarrollo de todo ser vivo.

1.8.6 Contaminación ambiental

Jimenez (2017) evoca a Jonh Takara quien dice que el diseño es la profesión más contaminante en el planeta, el diseño gráfico, el diseño industrial, el diseño arquitectónico, el diseño automotriz, etc... Y no es difícil deducirlo si el diseño implica el uso de materiales de todos los tipos que se han inventado, plásticos, papeles (algunos con base de carbonato de calcio), metales, tintas (fabricadas con aceites minerales con resinas sintéticas y disolventes orgánicos como benceno o alcohol); materiales que implican recursos y por consiguiente residuos.

Generamos un concepto de contaminación ambiental en base a la cadena de procesos en la que se utilizan una gran variedad de materiales en la industria gráfica que por lo general tienen compuestos químicos, que al cumplir su ciclo son desechados sin ningún cuidado. Claramente este es un ejemplo de cómo los elementos químicos ajenos a la naturaleza causan daños en el ecosistema por la presencia humana.

1.8.7 Conciencia ecológica

Este concepto, a veces también llamado conciencia ambiental, surge para englobar las preocupaciones que tienen las personas con respecto a las problemáticas ambientales, este se refiere a generar en las personas, así como en los gobiernos e instituciones un criterio de respeto y cuidado de nuestro medio ambiente. (Alegres, 2019)

Definimos como conciencia ecológica al juicio moral del bien y del mal enfocado al cuidado del medioambiente, es ser empático con el entorno natural con el único objetivo de cuidarlo asegurando su equilibrio.

1.8.8 Buenas Prácticas Medioambientales

Las buenas prácticas ambientales se pueden definir como aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través de cambios en la organización de los procesos y las actividades para que puedan ser llevadas a cabo (Fundación Promoción Social, 2017)

Principios y valores a fomentar

Para Cruz (2017) es importante acoger estos principios y valores los mismos que se pueden resumir en:

- Respeto al individuo y a la naturaleza.
- Respeto a la propiedad privada
- Responsabilidad
- Servicio
- Bien común
- Trabajo en equipo
- Honestidad

Según la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Huesca (COCIH) y FUNDESA (2011) promueve el decálogo de buenas prácticas en la vida diaria, y para impulsar su difusión se recoge en esta guía de buenas prácticas medioambientales:

- Reduce, reutiliza y recicla lo máximo posible.
- Consume la energía necesaria sin despilfarrar.
- Separa tus residuos y llévalos al contenedor o punto limpio adecuado.
- No utilices el automóvil cuando no sea necesario.
- No utilices los electrodomésticos a media carga.
- No utilices indiscriminadamente el desagüe para deshacerte de tus desperdicios
- El ruido también es una forma de contaminación. intenta minimizarlo.

- Practica medidas de ahorro de agua.
- No utilices productos agresivos con el medio ambiente.
- Tus residuos peligrosos deben ser gestionados por una entidad autorizada.

Las buenas prácticas medioambientales son medidas orientadas al consumo responsable y reducción de residuos generados por el ser humano, llevando consigo la aplicación de ciertas actitudes, valores y principios.

1.9 Formulación de la hipótesis

H0: No existe difusión de contenidos relacionados con las practicas medio ambientales en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato.

H1: El uso de los medios alternativos de comunicación incide en la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato.

1.10 Señalamiento de las variables

1.10.1 Variable dependiente

Buenas prácticas medioambientales

1.10.2 Variable independiente

Los medios alternativos de comunicación

CAPÍTULO II

2 METODOLOGÍA

2.1. Método

Para el desarrollo de esta investigación se procedió a implementar el método inductivo y deductivo que según Arrieta (2020) son estrategias de razonamiento lógico, siendo que el inductivo utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general, y el deductivo usa principios generales para llegar a una conclusión específica. Se usa estos metodos ya que se estimo que el uso de los medios alternativos de comunicación inciden en la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato.

2.1.1 Enfoque de la investigación

El modelo de investigación propone una explicación cuantitativa porque se analizó detenidamente los medios alternativos de comunicacion y las buenas prácticas medioambientales.

Además, tiene un enfoque cualitativo pues se realizó un análisis, explicación de las causas del problema, las condiciones en que se producen y la relación que existe entre la variable independiente: buenas prácticas medioambientales y la variable dependiente: los medios alternativos de comunicacion.

2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación

Se realizó dos tipos de investigación:

Modalidad Biográfica - Documental

Se utilizó esta modalidad porque se recurrió a la revisión de libros, revistas científicas, folletos, documentos web y más respaldos para obtener información.

En torno al momento descriptivo se puede señalar que es una modalidad textual que consiste mediante palabras, objetos, seres o paisajes, procesos describir la naturaleza del

segmento. Destacando las características más relevantes. Normalmente suele ser estática porque presenta los rasgos en un tiempo que parece haberse detenido. Sin embargo, puede ser dinámica cuando el objeto se describe a medida que se van sucediendo los movimientos, como ocurre, por ejemplo, en la descripción de procesos.

2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.

La investigación en curso es de tipo correlacional no experimental que por ello mide dos variables evaluando la relación entre ellas. Así, podemos ver el contexto que tiene el problema del uso de los medios alternativos de comunicación incide en la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato

2.2. Población y muestra

Se considerarán a las personas que se encuentren vinculadas con la realidad del problema investigado, de esta manera se considera población los representantes de las radios y tvs online, prensa alternativa, blogs, webs, podcasts, apps que se vinculen a la difusión de las buenas prácticas medioambientales de la ciudad de Ambato, para lo cual se consideraron los comunicados sobre esta temática realizados por dichos medios.

2.2.1 Tabla medios alternativos

Tabla: 1 Medios alternativos en la ciudad de Ambato

| Medios alternativos | Cantidad |
|----------------------------|-----------------|
| Radio y televisión online | 9 |
| Post informativos | 17 |
| Blogs | 1 |
| Post y revista digital | 3 |
| Pódcast | 3 |
| Web y apps | 2 |
| TOTAL | 35 |

Mediante la búsqueda en las varias plataformas digitales encontramos 35 medios que cumplen con las características y se apegan al concepto de medios alternativo de comunicación en la ciudad de Ambato, estos 35 medios son nuestra población de los cuales 9 realizan periódicamente transmisiones online de radio y tv en Facebook y YouTube, 17 postean información referente a sucesos o acontecimientos de índole nacional y local en Facebook, 1 utiliza un blog en el cual comparte información sobre temas relacionados a su actividad social, 3 revistas digitales que son posteadas en Facebook, 3 podcast que utilizan la página de Facebook para compartir su programación y YouTube para publicar su contenido y 2 medios web que en sus plataforma poseen radio online e información de temas de actualidad. De los cuales 6 no cuentan con identidad corporativa (Anexo 1). En base al cuadro del rastreo de medios consideramos importante seleccionar un medio alternativo por canal de comunicación para obtener nuestra muestra por conveniencia.

Para conocer la relación que hay entre medios alternativos de comunicación y buenas prácticas medioambientales se realiza una encuesta a la población ambateña que cuenta con un aproximado de 287,282 habitantes, cifras según el Instituto de Estadísticas y Censos del Ecuador (2021), con el uso de las fórmulas de muestreo aleatorio simple se procedió hacer el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * 287.282}{1.96^2 * (0.5) * (0.5) + 287.282 (0.05)^2}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

2.3. Operacionalización de variables

Operacionalización Variable Independiente

Tabla: 2 Operacionalización de la variable independiente

Tabla de Operacionalización de la variable independiente

| Conceptualización | Variables | Indicadores | Ítems | Técnica/ Instrumento |
|--|-------------------------------------|--------------------|---|---|
| Tuiran y Gomezcásseres (2019) manifiesta que los medios alternativos promueven la diversidad cultural y son la base de la democracia participativa. | Medios alternativos de comunicación | Impacto de | ¿Conoce usted algún medio alternativo de comunicación que difunda contenido proambiental? | Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario |
| Rios, Páez y Barbos (2020) menciona que una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que | Estrategias de comunicación | de Comunicación | ¿De qué manera se podría causar impacto en la sociedad con los medios alternativos de comunicación en cuanto al cuidado del medio ambiente? ¿Desde su punto de vista los medios alternativos de comunicación son el canal más adecuado para difundir | Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario |

| | | | | |
|--|-----------------|---------------------|---|---|
| determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente. | | | mensajes o campañas publicitarias con contenido pro ambiental? | |
| Tuiran y Gomezcásseres (2019) manifiestan que la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales" | La comunicación | Mensaje | ¿Cree usted que la comunicación juega un papel importante dentro del proceso de transmitir un mensaje positivo de las prácticas medioambientales? ¿Qué factores lo motivaron a crear un espacio alternativo de comunicación? | Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario |
| Wucius (2014) señala que el diseño es la composicion completa, de la que la forman es la parte mas evidente. A veces todos los elementos visuales del diseño son considerados como forma, pero es mas habitual de se tomen como formas las figuras claramente definidas, que constituyen la composicion. | El diseño | Comunicación Visual | ¿Piensa usted que la comunicación visual podría potencializar la aplicación de las buenas prácticas medioambientales en los Ambateños? ¿Considera usted importante la participación del diseño gráfico en los medios alternativos de comunicación para la difusión de las prácticas medioambientales? ¿Desde su punto de vista cree que hay una adecuada aplicación del | Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario |

diseño gráfico en los medios
alternativos de comunicación?

¿Cree usted que la línea grafica es
un factor importante en los medios
alternativos de comunicación para
difundir las buenas practicas
medioambientales?

Operacionalización Variable Dependiente

Tabla: 3 Operacionalización de la variable dependiente

Tabla de Operacionalización de la variable dependiente

| Conceptualización | VARIABLES | Indicadores | Ítems | Técnicas/ Instrumentos |
|---|------------------------------|--------------------|---|---|
| Las Buenas Prácticas Ambientales (BPA) son acciones, consejos prácticos y didácticos que tienen como objetivo generar cambios en los hábitos de consumo y estilos de vida. Las BPA están atadas a valores y comportamientos que se reflejan en las actividades cotidianas. Su práctica fomenta la cultura de consumo responsable y respeto por el ambiente. (Ministerio de Educación, 2018) | Buenas prácticas ambientales | Comportamientos | <p>¿Desde su punto de vista que considera que son las buenas prácticas medioambientales?</p> <p>¿Considera usted que las buenas prácticas medioambientales y los medios alternativos de comunicación son temas de actualidad y por ende de mucha importancia?</p> <p>¿Cree usted que el diseñador gráfico debe implementar a su praxis una relación amigable con el ambiente, basado en principios éticos y comprometidos con las buenas prácticas ambientales?</p> | Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario |

| | | | | |
|--|--------------------------------|-------------------|---|---|
| <p>Surge para englobar las preocupaciones que tienen las personas con respecto a las problemáticas ambientales. Este se refiere a generar en las personas, así como en los gobiernos e instituciones un criterio de respeto y cuidado de nuestro medio ambiente. Lo anterior para que nos lleve como sociedad a resolver los problemas ambientales que ya se han generado tanto como los que se presentan actualmente. (Alegres, 2019)</p> | <p>Conciencia ecológica</p> | <p>Conciencia</p> | <p>¿Como se podría construir una conciencia ecológica en la población?</p> <p>¿Cree que es importante integrar dentro del diseñador gráfico la disciplina de conciencia para la toma de decisiones que lleve hacia el cuidado del ecosistema y las buenas prácticas medioambientales?</p> | <p>Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario</p> |
| <p>Jimenez (2017) nos manifiesta que todos los proyectos que producen algún residuo (peligroso o no), emiten gases a la atmósfera o</p> | <p>Contaminación ambiental</p> | <p>Ambiente</p> | <p>¿Desde su punto de vista que es la contaminación ambiental?</p> <p>¿Considera que en la ciudad de Ambato existente elevados niveles de contaminación?</p> | <p>Entrevista dirigida a expertos en el tema - Cuestionario</p> |

vierten líquidos al ambiente.
 Conminación del agua: por todos los residuos y desechos que se vierten a los ríos y mares.
 Contaminación de la tierra: por muchos de los residuos materiales y líquidos que no puede desintegrar la tierra.

¿Desde su punto, de vista de qué manera el diseñador gráfico produce algún tipo de residuos contaminante al medioambiente?

¿Desde su punto de vista que es la contaminación ambiental?

Hernández C. (2021) indica que el medio ambiente es un sistema interactivo complejo que solo puede ser comprendido a través de un enfoque interdisciplinario. Aún no se ha impuesto en las empresas la costumbre de consultar a los expertos sobre una decisión que tenga por finalidad aminorar o eliminar los efectos sobre el medio.

Medioambiente Medioambientales

¿Cree que es necesario fomentar en la sociedad ambateña programas o iniciativas que concienticen sobre el uso de las buenas prácticas medioambientales?

Entrevista dirigida a expertos en el tema -
 Cuestionario

¿Cree que es necesario abordar temas relacionados al medioambiente en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato?

2.4. Técnicas de recolección de datos

2.4.1 Entrevista

Tabla 4 Plan de recolección de información

Plan de recolección de información

| Preguntas | Explicación |
|--|---|
| ¿Para qué? | Analizar como inciden los medios alternativos en la difusión de las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato. |
| ¿A qué personas o sujetos? | Directores de los medios alternativos de comunicación |
| ¿Sobre qué aspectos? | Los medios alternativos de comunicación en la difusión de las buenas prácticas medioambientales |
| ¿Quién? | Stalin Gabriel |
| ¿Cuándo? | Junio |
| ¿Dónde? | Ciudad de Ambato |
| ¿Cuántas veces | Se realizará por una ocasión |
| ¿Qué técnica de recolección utilizara? | Entrevista |
| ¿Con que instrumento? | Cuestionario |

Con esta técnica de recolección de datos dirigida a los directores de los medios alternativos de comunicación, buscamos recabar información relevante a nuestra investigación. Los resultados de esta entrevista nos permitirán obtener una visión más

amplia para lo cual utilizaremos un guion estructurado mediante un cuestionario con preguntas abiertas y se los desarrollarán de manera presencial y virtual (Anexo 2).

2.4.2 Encuesta

Tabla 5 Plan de recolección de información

| Plan de recolección de información | |
|--|---|
| Preguntas | Explicación |
| ¿Para qué? | Conocer si existe alguna relación entre los medios alternativos de comunicación y las buenas prácticas medioambientales en la ciudad de Ambato. |
| ¿A qué personas o sujetos? | Población de la ciudad de Ambato |
| ¿Sobre qué aspectos? | Medios alternativos de comunicación, diseño gráfico, buenas prácticas medioambientales |
| ¿Quién? | Stalin Gabriel |
| ¿Cuándo? | Julio |
| ¿Dónde? | Ciudad de Ambato |
| ¿Cuántas veces | 384 |
| ¿Qué técnica de recolección utilizara? | Encuestas |
| ¿Con que instrumento? | Cuestionario |

Con esta técnica e instrumento de investigación se recolectará información sobre los criterios de la población ambateña para identificar si existe una relación entre medios alternativos de comunicación y buenas prácticas medioambientales en un análisis en base a los resultados obtenidos (Anexo 3).

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1.1 Análisis de entrevistas variable dependiente

En cuanto a las entrevistas realizadas a personas que están al tanto de la situación en la que se encuentra el medioambiente. Para Mayorga (entrevista, 19/07/2022) debería ser obligatorio fomentar campañas que concienticen a la población sobre el uso de prácticas medioambientales, puesto que se necesita disminuir la cantidad de residuos que ingresan a los rellenos sanitarios, reutilizar los materiales las veces que sean necesarias, evitaría el uso de materias primas y de esta manera frenaría la contaminación en los ecosistemas, lastimosamente existen altos niveles de contaminación en el cantón Ambato ya que los ciudadanos no obedecen ni aplican las ordenanzas y leyes ambientales. La comunicación es fundamental para que la población este al tanto de las normativas y sanciones que rigen para el cumplimiento de las políticas ambientales, la Empresa Pública Municipal Gestión Integral de Desechos Sólidos de Ambato ha impulsado campañas informativas sobre la clasificación, reciclaje y reutilización de materiales en medios de comunicación oficiales.

Por otro lado, Aguiar (entrevista, 20/07/2022) considera que es importante fomentar iniciativas educativas que aporten al desarrollo de conciencia ambiental desde la infancia adjuntando al pensum académico temas relacionados a las buenas prácticas medioambientales, puesto que, son actitudes y comportamientos que favorecen al medioambiente a través del cuidado y aprovechamiento de recursos en general. La contaminación ambiental es la alteración de un medio natural que afecta a los seres que lo componen y a quienes se benefician de ellos como los seres humanos, en el caso del cantón Ambato la contaminación de los recursos hídricos esta sobre los niveles establecidos y no

existen medios de comunicación alternativos que específicamente traten estas problemáticas.

3.1.2 Análisis de entrevistas variable independiente

En la entrevista que se realizó al director de uno de los medios alternativos especializado en diseño y marketing, obtuvimos criterios importantes que ayudaron a aclarar como los medios alternativos de comunicación inciden en las buenas prácticas medioambientales, puesto que las campañas verdes se han puesto de moda y empresas han implementado este tema a través de campañas o instrumentos de difusión que generen efecto y puedan ser medidos, las políticas públicas juegan un roll importante pero no servirían de nada si la sociedad no las aplica, por lo que es importante que exista desde la infancia y en la formación de profesionales del diseño una educación ligada al cuidado del medio ambiente, en ese sentido el diseño gráfico ha estado presente siempre en todas las campañas medioambientales con la presencia de la simbología y la comunicación visual. Estamos en una época en donde solo el audio, o solo la imagen no es funcional, ahora todo es audiovisual, lastimosamente a los medios de comunicación lo que les interesa es ejercer una presión para que el medio pueda ser beneficiado, en algunos medios alternativos el diseño queda en segundo plano, no cuentan con una dirección de comunicación, departamento de marketing, diseñadores gráficos que construyan el concepto o línea grafica para manejar su contenido por lo que utilizan páginas en la web para generar sus marcas o plantillas, por lo que están lejos de comunicar profesionalmente Altamirano (entrevista, 12/07/2022)

Para Gualpa (entrevista,11/07/2022) los medios alternativos son importantes ya que todo el mundo es dependiente de la tecnología y estos medios se abren paso en los dispositivos electrónicos inteligentes, los foros son espacios en el cual se puede compartir información para criticar actitudes dañinas que fomenten el morbo de las personas. Los niveles de contaminación son elevados no solo en Ambato, el mundo atraviesa momentos críticos dado a que toda practica medioambiental gira en torno al ser humano y no a la naturaleza.

Para Bravo (entrevista, 11/07/2022) los medios alternativos y las buenas prácticas medioambientales son de mucha importancia, mas no son temas de actualidad puesto que el cuidado del medioambiental ya se lo ha venido tratando desde tiempo atrás y siendo importante no se le ha otorgado el espacio que merece, se debería ser parte de ese proceso puesto que no existen medios alternativos que manejen contenido proambiental en la ciudad de Ambato. La producción audiovisual y las campañas ambientales en las plataformas digitales, son el vehículo para llegar a varios segmentos de la población, ya que su rango de cobertura es mayor y mediante material gráfico de calidad ayudaría sustancialmente al funcionamiento de los medios digitales y extendería la difusión de contenidos proambientales.

Según Sánchez (entrevista, 12/07/2022) no existen medios alternativos que utilicen un mensaje ecologista en la ciudad de Ambato, el cuidado medioambiental está presente por normativas legales en las empresas y más que utilizar los medios alternativos para difundir las prácticas medioambientales se debería realizar proyectos viables que arrojen resultados, por lo que, se debería incidir desde la infancia con una educación que resalte valores y principios que mejoren el entorno en cuanto al cuidado de la naturaleza. La comunicación juega un papel importante en todas las áreas, pero para obtener resultados concretos en la sociedad las campañas deberían utilizar productos comunicacionales basados en la realidad del ciudadano y aprovechar estos espacios alternativos para difundirlas, puesto que, en la actualidad la gente opta por consumir información rápida y concreta.

Por otro lado, Mora (entrevista, 12/07/2022) considera que los medios alternativos de comunicación son innovadores y pueden ser la herramienta adecuada para difundir prácticas medioambientales, puesto que la línea grafica es un factor diferenciador y por ello de suma importancia, ya que gracias a esta el espectador identifica al medio rápidamente por los elementos que lo componen.

Finalmente, Chango (entrevista, 13/07/2022) actualmente los medios alternativos tienen conocimiento y saben de la importancia del cuidado del medioambiente, mas no se ha buscado la forma de expresarlas, por lo que es evidente que en la ciudad Ambato no existen medios que difundan contenidos ecologistas. Dichos medios alternativos se han convertido en la primera opción para comunicar, por ser rápidos, prácticos y económicos, a más de que el rango de cobertura es mayor y los contenidos pueden ser reproducidos varias veces. Por lo que es importante que en este proceso comunicacional el diseño gráfico este presente, puesto que los medios a más de informar deben transmitir su identidad y por medio de esta busquen dejar un mensaje reflexivo en la sociedad referente a los efectos de la contaminación en nuestro entorno.

Conclusión:

En base a la información obtenida de los diferentes directores de los medios alternativos señalan que: en la ciudad de Ambato existen elevados niveles de contaminación y no existen medios que difundan contenidos ambientales. Los medios alternativos de comunicación son el medio más idóneo para difundir campañas o productos audiovisuales para difundir las buenas prácticas medioambientales, puesto que el alcance o rango de comunicación es más amplio y son más económicos. Se debería explorar o adaptar contenidos ecologistas en estos medios con una correcta aplicación del diseño gráfico tanto en la línea grafica como en la identidad corporativa, contribuyendo a que estos medios puedan comunicar profesionalmente.

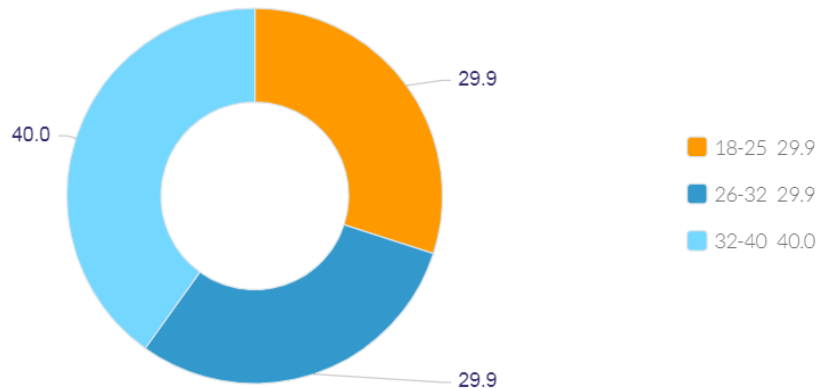
3.1.3 Análisis de encuestas

Pregunta # 1 Seleccione el rango de edad en la que usted se encuentra?

Tabla 6 Edad en la que usted se encuentra

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Rango de edad | 18-25 | 115 | 29,9 | 29,9 | 29,9 |
| | 25-32 | 115 | 29,9 | 29,9 | 59,9 |
| | 33-40 | 154 | 40,1 | 40,1 | 100,0 |
| Total | | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 5. Interpretación de resultados pregunta #1



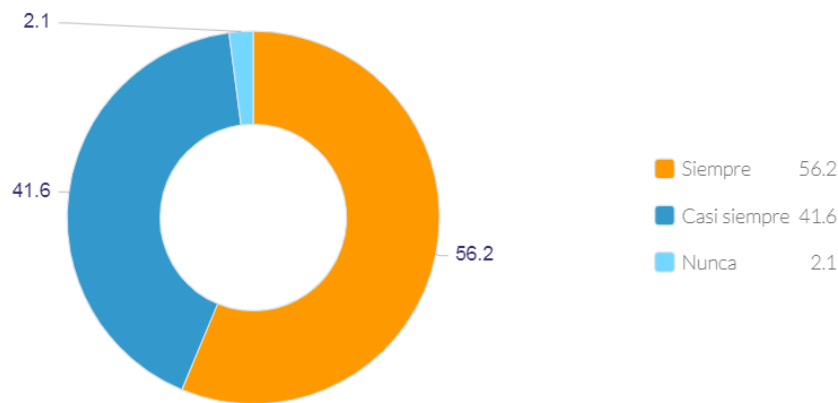
Del total de personas encuestadas los cuales son 384 personas de la ciudad de Ambato observamos que el mayor porcentaje está en el rango de edad de 33 a 40 años con un 40,1%, equivalente a 154 individuos, de 25 a 31 años con un 29,9% equivalente a 115 individuos, de 18 a 25 años con un 29,9% que son equivalentes 115 personas. Analizamos que de 33 a 40 años son las personas que dieron mayor apertura para realizar la encuesta.

Pregunta # 2 ¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?

Tabla 7 frecuencia usted utiliza las redes sociales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 216 | 56,3 | 56,3 | 56,3 |
| Casi siempre | 160 | 41,7 | 41,7 | 97,9 |
| Nunca | 8 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 6. Interpretación de resultados pregunta #2



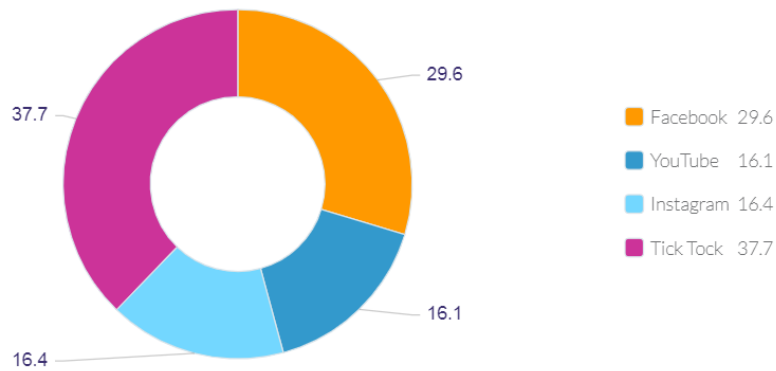
De las personas encuestadas la mayoría son el 56% quienes siempre utilizan redes sociales, mientras que el 41% casi siempre y el 2% indican que nunca lo cual es la minoría, es por ello que podemos concluir que hoy en día la gran mayoría utilizan frecuentemente las redes sociales.

Pregunta # 3 ¿Cuál red social es la que utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 8 Red social es la que utiliza con mayor frecuencia

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Facebook | 114 | 29,7 | 29,7 | 29,7 |
| YouTube | 62 | 16,1 | 16,1 | 45,8 |
| Instagram | 63 | 16,4 | 16,4 | 62,2 |
| Tick Tock | 145 | 37,8 | 37,8 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 7. Interpretación de resultados pregunta #3



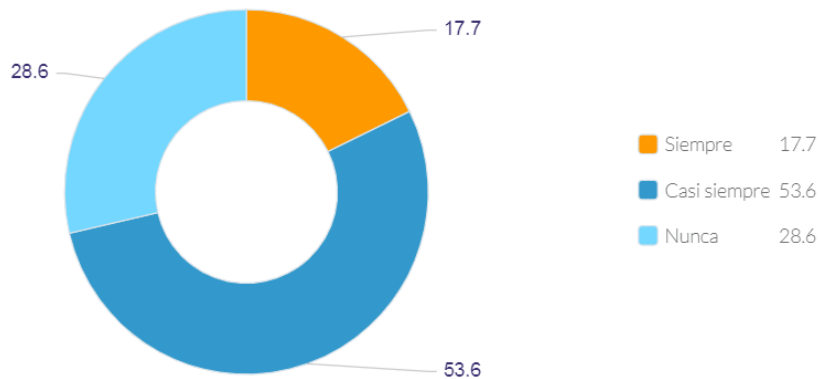
Con esta pregunta se puede ver que la red social más utilizada es Tick Tock con un 37%, más sin embargo el 29% contestaron que utilizan Facebook, por tanto, el 16,4% indicaron utilizar el Instagram y por último el 16,1% corresponde a YouTube. Por lo que concluimos que todas las redes sociales utilizadas en la encuesta, tienen gran demanda, pero la de mayor rango de aceptación es Tick Tock.

Pregunta # 4 ¿Con que frecuencia usa los medios alternativos de comunicación para informarse?

Tabla 9 Frecuencia usa los medios alternativos de comunicación.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 68 | 17,7 | 17,7 | 17,7 |
| Casi siempre | 206 | 53,6 | 53,6 | 71,4 |
| Nunca | 110 | 28,6 | 28,6 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 8. Interpretación de resultados pregunta #4



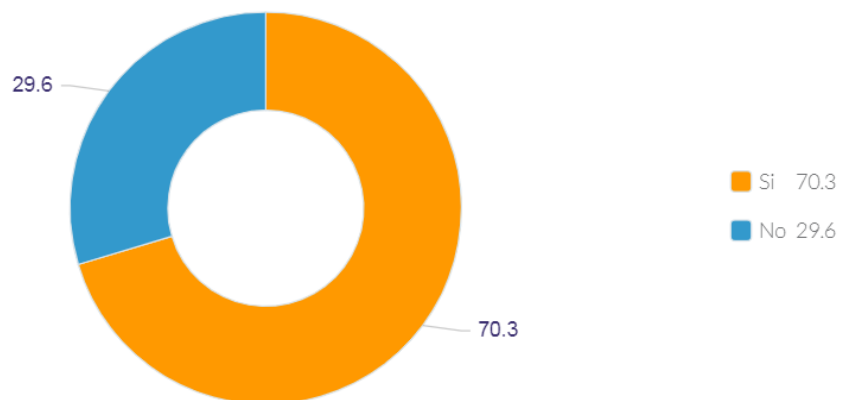
En relación con esta pregunta aquí se ve claramente que con un 53% casi siempre se usa los medios alternativos de comunicación para informarse, mientras que el 28% nunca utilizan y el 17% siempre usan los medios alternativos de comunicación. Ante estos resultados podemos mencionar que estos medios tienen una aceptación marcada en la población, según los resultados de la encuesta, los medios convencionales de comunicación ya sean por políticas institucionales, el formato tradicional que manejan o la parcialidad en las opiniones y contenidos, la población en el resultado de esta pregunta se inclina por los medios alternativos.

Pregunta # 5 ¿Confía en la veracidad de la información que manejan estos medios alternativos de comunicación?

Tabla 10 Veracidad de la información que manejan estos medios

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 270 | 70,3 | 70,3 | 70,3 |
| No | 114 | 29,7 | 29,7 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 9. Interpretación de resultados pregunta #5



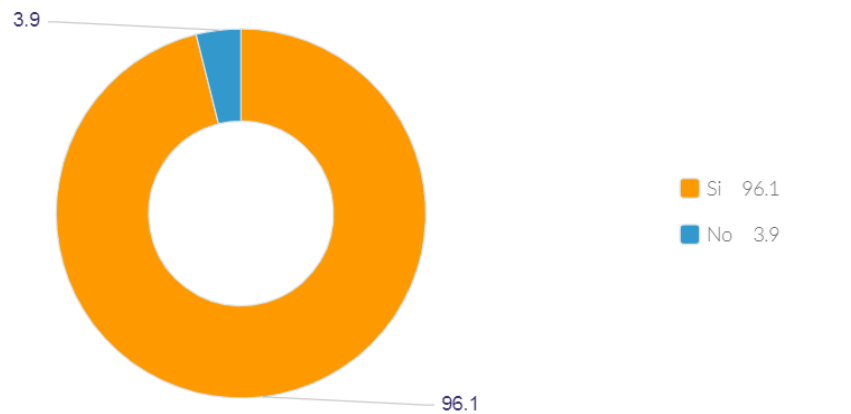
Se identifica en esta pregunta que un gran porcentaje el cual es del 70% de las personas encuestadas si confían en la veracidad de la información que manejan estos medios alternativos de comunicación mientras que el 29% mencionaron que no lo hacen. En base a este resultado concluimos que hay una gran aceptación de la información que manejan los medios alternativos.

Pregunta # 6 ¿Considera necesaria la aplicación de estrategias comunicacionales en los medios alternativos de comunicación?

Tabla 11 La aplicación de estrategias comunicacionales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 369 | 96,1 | 96,1 | 96,1 |
| No | 15 | 3,9 | 3,9 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 10. Interpretación de resultados pregunta #6



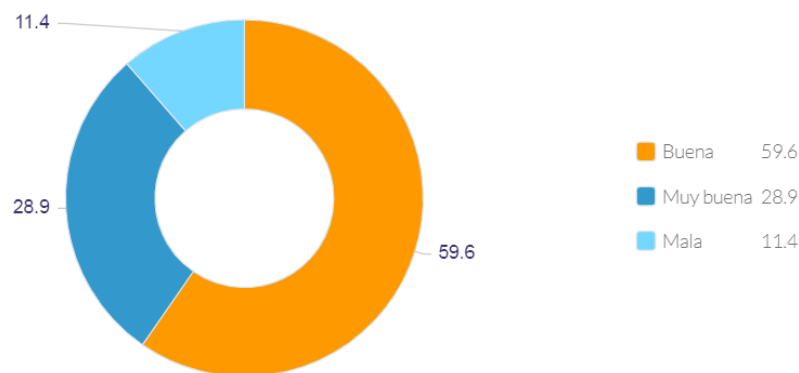
Las encuestas aseguran que el 96% de las personas si consideran necesario implementar estrategias comunicacionales en los medios alternativos, mientras que el 3% supieron indicar que no es necesario implementar estrategias comunicacionales en dichos medios. Este resultado nos da a entender que aún hay mucho por trabajar en estos medios, las composiciones graficas que manejan ciertos medios alternativos no dejan de ser básicas, al igual que los elementos gráficos que los acompañan por lo que la adecuada aplicación de estrategias comunicacionales permitirá desde un inicio la correcta construcción de una identidad corporativa y por ende un adecuado uso de la línea grafica.

Pregunta # 7 ¿Cómo califica la calidad gráfica o estética de los medios alternativos que usted ha visualizado?

Tabla 12 Califica la calidad gráfica o estética de los medios alternativos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Buena | 229 | 59,6 | 59,6 | 88,5 |
| Muy buena | 111 | 28,9 | 28,9 | 28,9 |
| Mala | 44 | 11,5 | 11,5 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 11. Interpretación de resultados pregunta #7



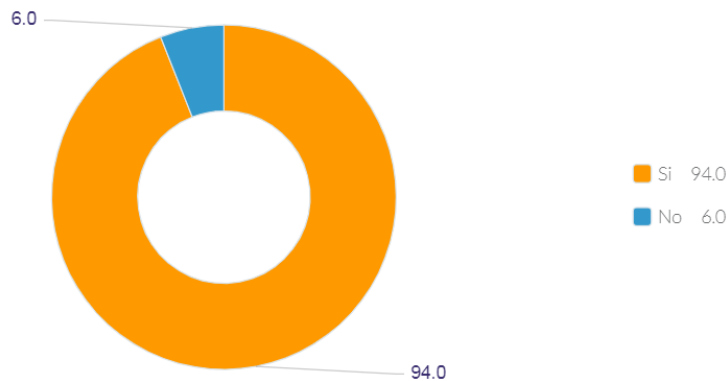
Del total de 384 personas encuestadas el 59% manifiestan que la calidad gráfica o estética de los medios alternativos es buena, el 28% manifiestan que es muy buena, además el 11% indican que es mala la calidad gráfica. Por consiguiente, identificamos que la mayoría de personas encuestadas en esta pregunta consideran que la estética y el contenido grafico utilizado en dichos medios tienen buena aceptación.

Pregunta # 8 ¿Cree usted que el diseño gráfico es una disciplina necesaria que debe estar presente en los medios alternativos de comunicación?

Tabla 13 El diseño gráfico es una disciplina necesaria

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 361 | 94,0 | 94,0 | 94,0 |
| No | 23 | 6,0 | 6,0 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 12. Interpretación de resultados pregunta #8



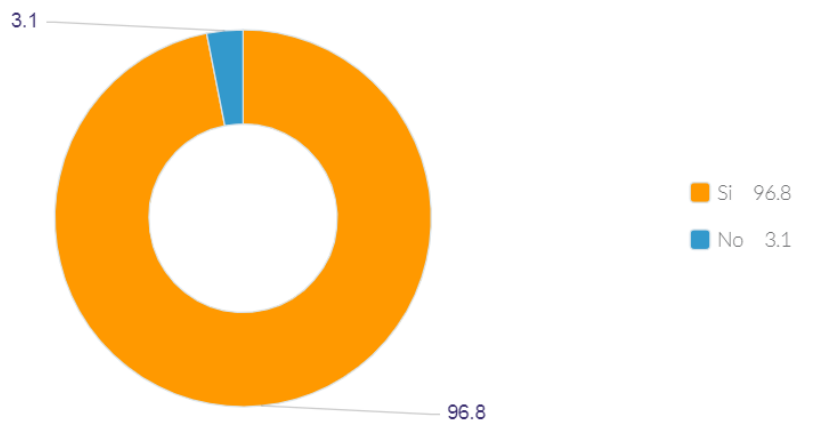
Las encuestas afirman que el 94% que es la mayoría manifestaron que, si es importante el diseño gráfico y que este debe estar presente en los medios alternativos de comunicación, mientras que el 6% indican que no es importante. En base a este resultado consideramos que el diseño gráfico es una disciplina que debe estar presente en todos los medios alternativos.

Pregunta #9 ¿Considera usted que el uso de color, formas y tipografía son elementos importantes en los medios alternativos de comunicación?

Tabla 14 El uso de color, formas y tipografía

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 372 | 96,9 | 96,9 | 96,9 |
| No | 12 | 3,1 | 3,1 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 13. Interpretación de resultados pregunta #9



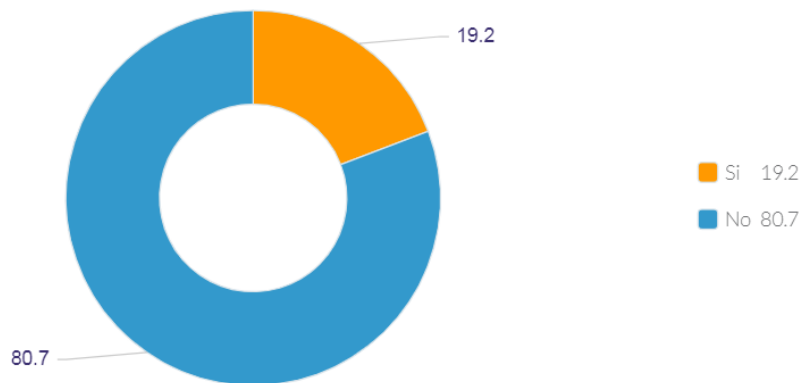
Mas sin embargo podemos ver que en esta pregunta los encuestados que refleja 96% indican que, si es indispensable el uso de color, formas y tipografía como elementos importantes en los medios alternativos de comunicación, mientras que el 3% mencionan no ser significativos. Por lo que consideramos en base al resultado de esta pregunta que dichos elementos si son importantes en la composición grafica en los medios alternativos.

Pregunta #10 ¿En los medios alternativos de comunicación que usted ha visualizado alguno de estos ha manejado contenidos pro ambientales?

Tabla 15 Medios alternativos de comunicación que usted ha visualizado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 74 | 19,3 | 19,3 | 19,3 |
| No | 310 | 80,7 | 80,7 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 14. Interpretación de resultados pregunta #10



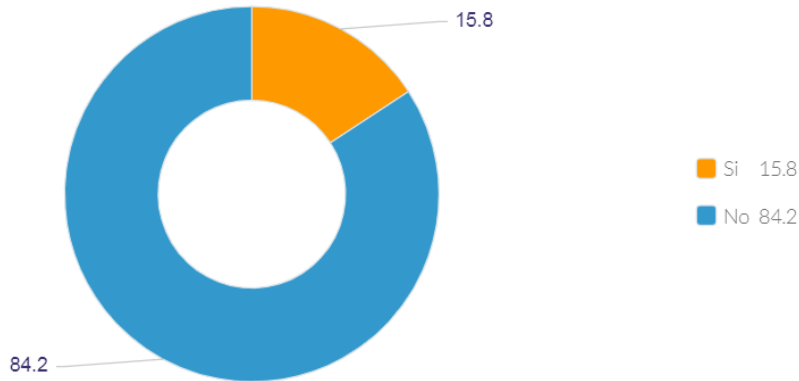
De las 310 personas encuestadas las cuales corresponden al 80% que es la mayoría mencionan que no han visualizado contenido pro ambiental en los medios alternativos de comunicación que utilizan, y el 19 % que corresponde a 74 personas indican si haber visualizado contenido pro ambiental. Evidenciamos en base a este resultado que, no hay medios alternativos o no hay suficiente contenido pro ambiental en los medios alternativos.

Pregunta #11 ¿Cree usted que la población ambateña posee conciencia ecológica?

Tabla 16 La población ambateña posee conciencia ecológica.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 61 | 15,8 | 15,8 | 15,8 |
| No | 323 | 84,2 | 84,2 | 100,0 |
| Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico 15. Interpretación de resultados pregunta #11



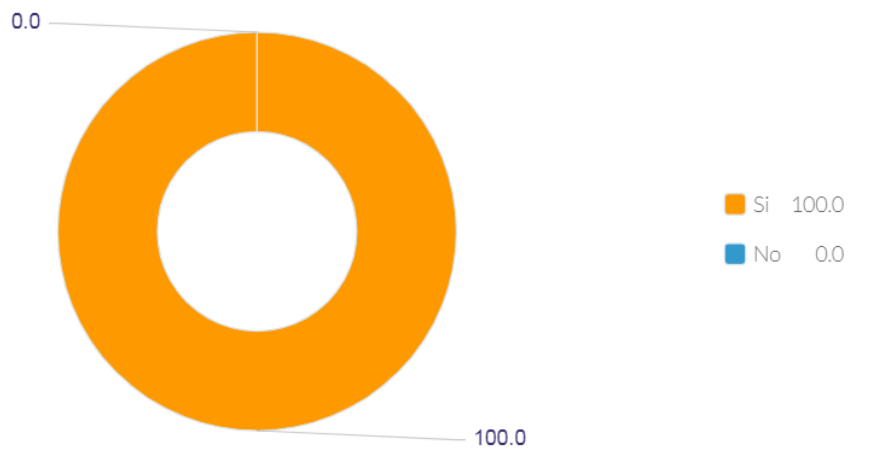
De las 323 personas encuestadas las cuales corresponden al 84,2% que es la mayoría mencionan que la comunidad ambateña no posee conciencia ecológica, y el 15,8% que corresponde a 61 personas indican que la población ambateña si posee conciencia ecológica. Dados los resultados evidenciamos que los ambateños no poseen una conciencia ecológica y un pequeño porcentaje se identifica por las actitudes y comportamientos que ejercen para el cuidado del medioambiente.

Pregunta #12 ¿Considera necesario aplicar buenas prácticas medioambientales en el cotidiano vivir para generar una conciencia ecológica en la población ambateña?

Tabla 17 Buenas prácticas medioambientales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 384 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Gráfico 16. Interpretación de resultados pregunta #12



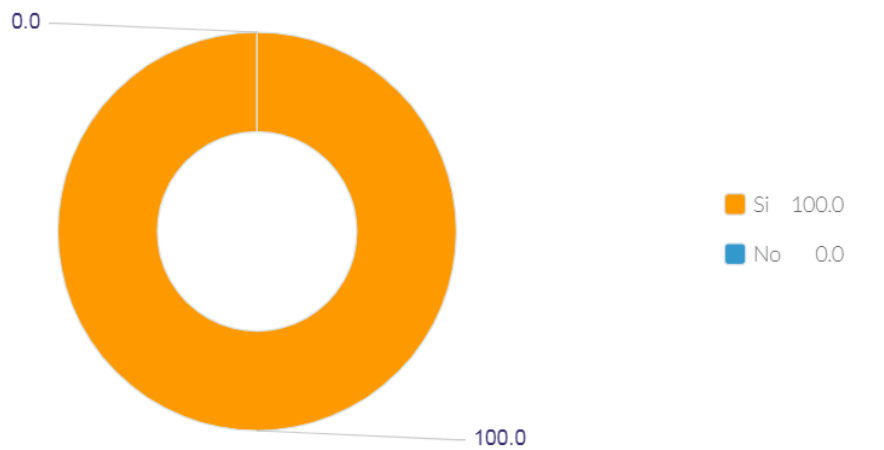
De las 384 personas encuestadas el 100% menciona que es necesario aplicar las buenas prácticas medioambientales en la población ambateña para generar una conciencia ecológica. Este resultado nos denota la importancia de generar prácticas habituales que potencialicen el cuidado del medioambiente.

Pregunta #13 ¿Cree usted necesario que los medios alternativos de comunicación implementen contenidos medioambientales?

Tabla 18 Implementen contenidos medioambientales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 384 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Gráfico 17. Interpretación de resultados pregunta #13



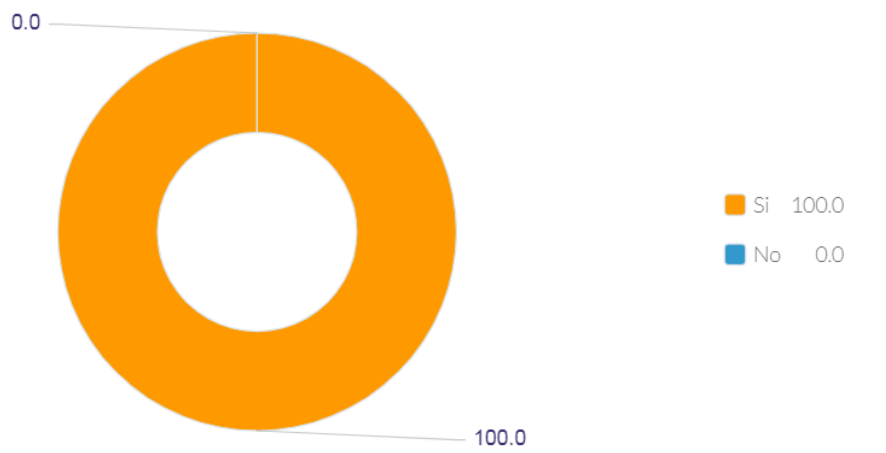
El 100% de los encuestados indican que si es importante que los medios alternativos de comunicación implementen contenido medioambiental. El resultado de la pregunta de la encuesta nos revela la necesidad que tiene de la población para consumir información con contenido medioambiental y los limitados espacios que manejan dicha información.

Pregunta #14 ¿Considera necesario que las entidades gubernamentales u organizaciones pro ambientales, difundan campañas e informativos relacionados a problemáticas ambientales en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato?

Tabla 19 Entidades gubernamentales u organizaciones pro ambientales

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Si | 384 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Gráfico 18. Interpretación de resultados pregunta #14




De las 384 personas encuestadas el 100% menciona que las entidades gubernamentales u organizaciones pro ambientales, difundan campañas e informativos relacionados a problemáticas ambientales en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato, ya que son temas que no han sido abordados con interés por los medios alternativos y medios convencionales de comunicación.

3.1.4 Análisis de benchmarking

En base al análisis benchmarking se analiza los elementos con los cuales las marcas fueron construidas tomando en cuenta la opinión de los representantes de dichos medios, por lo que se realizó dicho análisis a 1 medio alternativo por canal de comunicación. Este primer momento nos permite conocer si estas marcas poseen identidad visual para posteriormente proyectar una simulación de cómo debería estar presente el diseño con una propuesta manejando una línea grafica enfocada al cuidado del medio ambiente.

Tabla 18 Análisis de la marca KMD radio tv

| Marca | Características | Observaciones |
|--|--------------------------------|---|
|  | Tipología de marca: Isologo | La composición de esta marca utiliza la sintetización de dos elementos característicos como son, los auriculares que cubren al símbolo de play y al texto de la marca. |
| | Fonotipo: KMD | Los isotipos utilizan elementos simples no tan complejos para su pronta interpretación |
| | Baseline: Radio - tv | La tipografía en cuento a las iniciales de la marca son los nombres de los creadores de dicho medio con una fuente palo seco bold y el baseline en regular. |
| | | La cromática está compuesta de color rojo y blanco, la combinación de estos dos colores genera armonía y contraste, según la psicología del color evoca fuerza y energía. El color negro acompaña a |

la marca en el baseline para que por contraste sea visible.

Análisis de la composición

La marca carece de concepto y los elementos que la componen trabajan por separado, para una mejor interpretación se debería optar por simplificar elementos para que la ley de la simplicidad este presente en la construcción de la marca o realizar una mejor composición. En cuanto a la cromática los colores corporativos no generan cansancio visual al poseer un contraste interactúan sin perder legibilidad.


Tabla 19 Análisis de la marca Sánchez Comunicaciones

| Marca | Características | Observaciones |
|--|--|--|
|  | Tipología de marca: Imagotipo Fonotipo: Sánchez Comunicaciones | La composición de esta marca utiliza las dos iniciales de la marca una encima de otra, dichos elementos están centrados. El isotipo está construido por las iniciales de la identidad verbal, en la cual se aplicó las leyes de la Gestalt como la ley de la simplicidad y cierre. La letra "c" posee elementos característicos de una cámara como es el obturador. La tipografía está compuesta por derivaciones bold y regular en sans serif. La cromática en la marca está compuesta por el color blanco y gris, generando un contraste que en la psicología del color representa sofisticación y elegancia. |

Análisis de la composición

Bajo nuestro criterio consideramos que los elementos compositivos de la marca están equilibrados, la ley de la simplicidad y el cierre están presentes en el isotipo, la construcción de la segunda inicial utilizando elementos característicos de una cámara facilita la interpretación de la marca en relación a la comunicación. La cromática utilizada genera un contraste elegante y estético por lo que podemos mencionar que la marca en su construcción es funcional.


Tabla 20 Análisis de la marca Cero violencia

| Marca | Características | Observaciones |
|---|--|--|
|  | Tipología de marca: Isologo | En la composición de la marca encontramos texto y símbolos. Los elementos que construyen la marca referente al texto en varios tamaños tienen relación a la diversidad de animales grandes y pequeños. |
| | Fonotipo: Cero violencia | |
| | Baseline: Los animales me importan Ambato | El isotipo está construido por un corazón con cuernos que fusionados hacen referencia al respeto a la vida con relación a eventos taurinos como ejemplo del maltrato animal. |
| | | La tipografía está compuesta por derivaciones bold y regular en sans serif. |
| | | La cromática en la marca está compuesta por el color blanco y negro que representa neutralidad. |

Análisis de la composición

En la construcción de esta marca denotamos carencia de concepto, no evidenciamos equilibrio y simetría en la composición. La desproporcionalidad del texto no permite visualizar correctamente la identidad verbal, el isologo está compuesta de colores neutros evidenciando un desconocimiento de la importancia de la cromática en el diseño por lo que concluimos que es una marca básica y no es funcional.

Tabla 21 Análisis de la marca Revista Chris


| Marca | Características | Observaciones |
|---|--------------------------------------|---|
|  | Tipología de marca: | La composición de la marca es tipográfica y utiliza fuentes serif y sans serif. |
| | Logotipo | |
| | Fonotipo: Revista Chris | El logotipo posee una composición equilibrada y sobria basada en el concepto elegancia y dinamismo. |
| | Baseline: Credibilidad con estilo | La cromática en la marca está compuesta por el color naranja que en la psicología del color representa optimismo y dinamismo. |

Análisis de la composición

El logotipo es legible, utiliza una fuente serif en el nombre de la marca que se complementa al concepto elegancia. El baseline está compuesto de una fuente sans serif en regular que acompaña a la marca sin robar protagonismo, en la composición se evidencia equilibrio, la marca utiliza el color naranja que en la psicología del color evoca dinamismo. En la construcción de la marca consideramos importante buscar otras

opciones tipográficas para el baseline y analizar otras opciones en la disposición de los

Tabla 22 Análisis de la marca Tales y cuales

| Marca | Características | Observaciones |
|---|--|--|
|  | <p>Tipología de marca: Isologo</p> <p>Fonotipo: Tales y cuales</p> | <p>En cuanto a la composición de la marca tales y cuales transmite surrealismo e irreverencia. Es una marca bidireccional no cuadrada que se adapta a varios segmentos.</p> <p>El isotipo es una prosopopeya en base a los rasgos humanos adaptados a la cara de un simio utilizando el concepto evolución.</p> <p>La tipografía está compuesta por una fuente dinámica sans serif en bold.</p> <p>La cromática en la marca está compuesta por el color blanco que en la psicología del color representa pureza y perfección. El color negro y gris elegancia.</p> |


elementos tipográficos que están presentes.

Análisis de la composición

Consideramos que la marca es funcional puesto que maneja un concepto y estilo grafico estético, equilibrado acorde al surrealismo e irreverencia presentes en la composición grafica con el isologo y logotipo de la composición. La ilustración técnica aplicada en el

desarrollo de la marca evoca colores neutros para de esta manera pueda adaptarse con facilidad a distintas piezas graficas.

Tabla 23 Análisis de la marca Esencia stereo

| Marca | Características | Observaciones |
|---|--|--|
|  | <p>Tipología de marca: Isologo</p> <p>Fonotipo: Esencia stereo</p> | <p>La composición consta de varios elementos, entre ellas la silueta de la catedral de Ambato, silueta del monumento a Juan Montalvo, faders que son elementos característicos de una consola y un isotipo que encierra en un círculo la letra "e" con degradés.</p> <p>La tipografía está compuesta por derivaciones bold y regular en sans serif.</p> <p>La cromática en la marca está compuesta de varios colores entre ellos el: cian, verde, rojo, fucsia, amarillo, blanco, negro y celeste.</p> |

Análisis de la composición

En la construcción de la marca evidenciamos que existen demasiados elementos que generan confusión en la interpretación de la marca, además, obstaculizan la visibilidad de la identidad verbal, puesto que los elementos que están presentes en la marca actúan por separado mas no como una composición. En la cromática se presenta variedad de

colores que no pueden ser justificados puesto que carece de concepto por lo que la marca no es funcional.

Conclusión:

De acuerdo al análisis desarrollado encontramos que los medios alternativos de comunicación que utilizan un concepto o valores en la construcción de la marca poseen una identidad corporativa adecuada, puesto que, estos valores o conceptos son la guía para el desarrollo creativo en el cual intervienen varios elementos como el naming, semiótica, cromática, tipografía, iconos, símbolos etc. En la mayoría de medios evidenciamos un limitado nivel compositivo puesto que los elementos en algunos casos trabajan por separado y en otros existen demasiados elementos en la composición. Los medios alternativos a los cuales se realizó el análisis de benchmarking necesitan una identidad visual, consideramos que el bajo nivel compositivo es resultado de un trabajo limitado puesto que por tema de recursos algunos de los directores de dichos medios han optado por generar sus marcas en páginas web o apps gratuitas o ellos mismos los han elaborado sin la guía de un profesional del diseñador gráfico.

3.2. Verificación de hipótesis

3.2.1 Matriz de Triangulación

Tabla 24 Tabla de operación de variables

| Indicadores | Bibliografía | Entrevista | Encuesta |
|------------------------------|--|--|---|
| Buenas prácticas ambientales | Las Buenas Prácticas Ambientales son definidas como aquellas acciones que procuran reducir el impacto ambiental negativo que causan las actividades y los procesos a través de cambios y mejoras en la organización y desarrollo de las acciones Arosemena, Laguna y Martínez (2021) | Los entrevistados expertos en temas medioambientales señalan que las buenas prácticas ambientales son actitudes y comportamientos que favorecen al medioambiente a través del cuidado y aprovechamiento de recursos que busquen disminuir la contaminación en el ecosistema al igual que los directores de los medios alternativos concuerdan con las importancias que tienen las buenas prácticas | Los encuestados menciona que es necesario aplicar las buenas prácticas medioambientales dado que conocen de la importancia de su aplicabilidad. |

| | | | |
|-------------------------|---|---|---|
| | | medioambientales en dichos medios. | |
| Conciencia ecológica | Conciencia ecológica, se refiere a la aprehensión real y profunda de actitudes conscientes en beneficio propio, de los otros y del planeta, es por ello que el concepto de medioambiente involucra al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas Apaza (2014) | Los entrevistados concuerdan en que no existe conciencia ecológica y como resultado de esta existen elevados niveles de contaminación. | La mayoría de los encuestados manifiestan que los ambateños no poseen conciencia ecológica, desde la autocrítica se evidencia que la población reconoce que no ha puesto como prioridad actitudes que mejoren la calidad de vida y del medioambiente. |
| Contaminación ambiental | La contaminación ambiental se define como la introducción de sustancias o energía cuyos efectos ponen en riesgo la salud humana, los | La contaminación ambiental es la alteración de un medio natural que afecta a los seres que lo componen y a quienes se benefician de él, en el cantón Ambato existe un | La ausencia de contenidos pro ambientales en los medios alternativos, sesga la comprensión de las problemáticas existentes por las que atraviesan los ecosistemas. |

| | | | |
|-------------------------------------|--|--|---|
| | recursos naturales y los ecosistemas Rubio (2019) | elevado índice de contaminación y la industria gráfica es parte de este problema. | |
| Medioambiente | Se emplea para designar al conjunto de factores físicos, químicos, sociales y biológicos que integran el hábitat de todo ser vivo, que influyen en él y en los cuales los seres vivos también ejercen su influencia Vasquez (2020) | Los entrevistados afirman que es importante tratar temas relacionados al medioambiente. Las empresas han implementado practicas amigables con el medioambiente apegados a las normativas legales existentes. | El 100% de los encuestados manifiestan que es necesario que las organizaciones y entidades gubernamentales focalicen información que incida en el comportamiento de la población ambateña para tratar problemáticas medioambientales. |
| Medios alternativos de comunicación | Los medios alternativos de comunicación son espacios que están (o buscan estar) fuera del alcance de los intereses y redes de la institucionalidad gubernamental o los actores económicos del mercado | Son medios innovadores, rápidos, prácticos y económicos con un rango de cobertura amplio en las diferentes plataformas digitales, que empuñan una bandera blanca y a su vez lanzan un grito de guerra contra el sistema. | Un gran porcentaje de personas encuestadas confían en la veracidad de la información que manejan estos medios alternativos de comunicación, mas no existen medios que repliquen contenidos ambientales en la ciudad de Ambato. |

| Hernandez & Chaguaceda (2013) | | | |
|----------------------------------|--|---|--|
| Estrategias de comunicación | Piñeiro y Costa (2013) define la estrategia de comunicacion como un marco ordenado que integra los recursos de comunicacion corporativa en un diseño a largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa. | Los entrevistados concuerdan en que se deberían aplicar campañas informativas para genera una disciplina de conciencia en la población. | La mayoría de encuestados consideran necesario implementar estrategias comunicacionales en los medios alternativos de comunicación las composiciones graficas que manejan ciertos medios alternativos no dejan de ser básicas, al igual que los elementos gráficos que los acompañan por lo que la adecuada aplicación de estrategias comunicacionales permitirá desde un inicio la correcta construcción de una identidad corporativa y por ende un adecuado uso de la línea grafica. |
| La comunicación | La Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos | La comunicación es importante en todos los aspectos, en la actualidad el audio y la imagen no son funcionales por separado, por lo | Según los resultados de la encuesta, los medios convencionales de comunicación ya sean por políticas institucionales, el formato tradicional o |

| | | | |
|-----------------------|--|--|---|
| | seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información Manuel, Piñuel, Garcia y Arias (1982) | que los productos audiovisuales permiten comunicar de una forma ágil y concreta en las diferentes plataformas digitales. Este nuevo momento en la comunicación dio paso a la creación de varios medios alternativos en las diversas plataformas digitales. | la parcialidad en las opiniones y contenidos, la población en el resultado de esta pregunta se inclina por los medios de comunicación alternativa. |
| El diseño | Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro Gillam (1982) | Los entrevistados mencionan la importancia de la participación de diseño gráfico ya sea en la simbología o elementos compositivos presentes en los medios alternativos, puesto que, a más de informar deben transmitir su identidad, valores y conceptos. | Un gran porcentaje de la muestra concuerda en que el diseño gráfico es una disciplina que debe estar presente en todos los medios alternativos ya que estos medios están compuestos de colores, formas y tipografías. |
| Análisis Benchmarking | De acuerdo al análisis desarrollado encontramos que los medios alternativos de comunicación que utilizan un concepto o valores en la construcción de la marca poseen una identidad corporativa adecuada, puesto que, estos valores o conceptos son la guía para el desarrollo creativo en el cual intervienen varios elementos como el naming, | | |

semiótica, cromática, tipografía, iconos, símbolos etc. En la mayoría de medios evidenciamos un limitado nivel compositivo puesto que los elementos en algunos casos trabajan por separado y en otros existen demasiados elementos en la composición. Los medios alternativos a los cuales se realizó el análisis de benchmarking necesitan una identidad visual, consideramos que el bajo nivel compositivo es resultado de un trabajo limitado puesto que por tema de recursos algunos de los directores de dichos medios han optado por generar sus marcas en páginas web o apps gratuitas o ellos mismos los han elaborado sin la guía de un profesional del diseñador gráfico

Análisis e interpretación de la matriz de triangulación

En las categorías colocadas en la matriz de triangulación se puede observar que: la información obtenida con las técnicas de investigación concuerda, en base a los conceptos bibliográficos, denotamos que los indicadores tienen relación con los criterios emitidos en las encuestas y entrevistas. Los medios alternativos de comunicación si podrían incidir en la aplicación de las buenas prácticas medioambientales, debido a que la versatilidad de estos medios permitiría difundir y medir el alcance de los contenidos medioambientales en los medios digitales ya que no existe una conciencia ecológica en la población debido a la carencia de medios que actualmente los difundan.

Dado que los medios alternativos de comunicación son espacios innovadores, rápidos, prácticos y económicos que están fuera del alcance de los intereses gubernamentales e institucionales tienen gran acogida, pero a su vez no han implementado en sus contenidos temáticas medioambientales, por lo que no existen medios alternativos que difundan buenas prácticas medioambientales. Las estrategias comunicacionales aun no son prioridad para estos medios, la comunicación es importante en el proceso de transmitir un mensaje que pueda ser sustentada con correctas aplicaciones gráficas y compositivas, que en un análisis de benchmarking se evaluó dando como resultado un limitado nivel compositivo por la carencia de profesionales del diseño que los guíen. En base a esta información se confirma que la hipótesis es nula, pero se infiere que H1 se puede cumplir.

CAPÍTULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Como resultado de nuestra investigación concluimos que no existen medios alternativos de comunicación que difundan buenas prácticas medioambientales y campañas proambientales en Ambato.
- La construcción de la identidad corporativa sin valores o conceptos, genera problemas en la interpretación de la marca y por ende en el posicionamiento de la misma en los medios en los cuales interactúe, por lo que es importante la participación del diseño gráfico en los medios alternativos de comunicación.
- En virtud a lo estudiado, las buenas prácticas ambientales son actitudes y comportamientos amigables con el medioambiente que dirección al aprovechamiento de recursos que minimicen el impacto ambiental en los ecosistemas.
- No se encontraron guías que permitan orientar a diseñadores y directores de medios, sobre los elementos compositivos relacionados al diseño que deberían estar presentes en los medios alternativos de comunicación para la difusión de contenidos pro ambientales.

4.2. Recomendaciones

- Se recomienda, aprovechar los medios alternativos de comunicación para difundir campañas y contenidos ecologistas para generar un impacto reflexivo en la población ambateña.
- Es necesario promover la importancia de la identidad corporativa en las estrategias y procesos comunicacionales.
- Es recomendable vincular a profesionales del diseño gráfico en la construcción y estructuración de materiales audiovisuales con un adecuado nivel compositivo en las plataformas digitales.
- Es importante incluir las buenas prácticas medioambientales en nuestro cotidiano vivir y direccionarlas a la praxis del diseño para que nos permita contribuir al cuidado del medioambiente desde nuestra área.
- Se considera necesario contar con una guía de los elementos compositivos que deberían estar presentes en los medios alternativos de comunicación, por lo que se adjunta una guía de estilos con parámetros y lineamientos compositivos que se deben tomar en cuenta en la construcción grafica en algunas plataformas digitales (Anexo 5).

BIBLIOGRAFÍA

- Cuervo, M. (28 de Abril de 2009). fido.palermo.edu. Obtenido de fido.palermo.edu:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/docentesdc/claustro-docente/curriculum.php?id_docente=3762
- González, A. (2018). Innova. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/785-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2540-3-10-20190529.pdf
- Agenda Ambiental de Tungurahua. (2014). Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua. Obtenido de <https://rrnn.tungurahua.gob.ec/inicio#/documentos/vista/53c6d06483ba881d39000ce>
- Alegres, P. (2019). Consciencia ecologica. Obtenido de <https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/conciencia-ecologica/>
- Altamirano, D., & Tapia, V. (2019). La comunicación alternativa como herramienta intercultural. *Uniandes Episteme*, 323-337.
- Andalucía . (2020). buenas prácticas ambientales. Obtenido de https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal_web/web/temas_ambientales/calidad_ambiental/instrumentos_voluntarios/acuerdos_voluntarios/artes_graficas/manual_%20sector_grafico_andaluz%20.pdf
- Apaza Quispe, J. (2 de julio-diciembre de 2014). LA CONCIENCIA ECOLÓGICA EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS EN LA CIUDAD DE PUNO-PERU. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449844868001.pdf>
- Arosemena, L., Laguna, H., & Martínez, J. (20 de 03 de 2021). Obtenido de Buenas Prácticas Ambientales: <https://es.calameo.com/read/006034609b46200378405>
- Arrieta, E. (2020). metodo deductivo e inductivo. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Bautista, L., & Guzmán, M. (2020). COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO: CONTEXTO Y RELACIÓN. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18400/1/2020_comunicacion_dise%C3%B1o.pdf

- Bioguia. (2011). bioguia. Obtenido de https://www.bioguia.com/entretenimiento/definicion-de-medios-alternativos_29267184.html
- Bourriaud, N. (2007). Postproducción. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- Buelvas, B., & Cassiani, A. (2020). una estrategia de comunicación para la difusión de la política. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/11227/PF7%20Propuesta%20de%20una%20estrategia%20de%20comunicaci%C3%B3n%20para%20la%20difusi%C3%B3n%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20de%20medio%20ambiente%20de%20la%20Universidad%20de%20Cartagena.pdf>
- Bueno Orellana, M. (2017). dspace.ucuenca.edu.e. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4229/1/Tesis.pdf>
- Butierres, F. (2021). Editorial etece. Obtenido de <https://concepto.de/disenio/>
- Cabrera, M., & Tarrés, F. (Febrero de 2013). Obtenido de Introducción a los sistemas de comunicaciones: https://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/69406/6/Sistemas%20de%20comunicaci%C3%B3n%20I_M%3Bdulo%20I_%20Introducci%C3%B3n%20a%20los%20sistemas%20de%20comunicaciones.pdf
- COCIH, & FUNDESA. (2011). Obtenido de Guia de buenas practicas ambientales: <http://www.camarahuesca.com/wp-content/uploads/2011/05/GuiaBuenasPracticasAmbientales.pdf>
- Corrales, F., & Hernandez, G. (2009). LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN NUESTROS DÍAS: UN ACERCAMIENTO A LOS MEDIOS DE LA ALTERNANCIA Y LA PARTICIPACIÓN. Quito: Universidad de los Hemisferios. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478050.pdf>
- Cruz, M. (2017). Diseño de piezas graficas que fomentan la conciencia ecologica. Obtenido de <http://www.repositorio.usac.edu.gt/13294/1/MADELYN%20ALEJANDRA%20CRUZ%20ABREGO.pdf>
- Cuello, C. (1990). Ciencia y sociedad. Santo Domingo: INTEC.
- Educacion, M. d. (2018). Manual de la buenas prácticas ambientales para instituciones educativas. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Manual-BPA.pdf>

- educacion.gob.ec. (2021). educacion.gob.ec. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Manual-BPA.pdf>
- Falconi , F. (2019). Manual de la buenas practicas medioambientales. . Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Manual-BPA.pdf>
- Fernandez, S. (2019). La información ambiental en los medios de comunicación. Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero068/la-informacion-ambiental-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Frascara, J. (2017). Enseñando diseño. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Galeano, U., Stephanny, C., & Adrés, B. (2020). Propuesta de una estrategia de comunicación para la difusión de la política de medio ambiente de la Universidad de Cartagena (Acuerdo N°10 de 2018), en la comunidad estudiantil. Cartagena: Uiversidad de Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/11227>
- Garcia, J. (2014). Publicidad en la era de la postproducción:el producto virtualizado. Universidad Complutense de Madrid, 77.
- Gértrudix Barrio, M., Rajas Fernández, M., & Álvarez García, S. (2017). Metodología de producción para el desarrollo de contenidos audiovisuales y multimedia para MOOC. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 190.
- Gillam, R. (1982). Fundamentos del diseño. Buenos Aires: Editorial Victor Leru.
- Gligo, N., & Barkin, D. (2020). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46101/1/S2000555_es.pdf
- Hernández, C. (2021). Estrategias de Comunicación para Campaña Ecológica d. Obtenido de [file:///C:/Users/PC/Documents/UPS-QT00707%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Documents/UPS-QT00707%20(1).pdf)
- Hernández, I. (2020). El uso de medios de comunicación alternativa. Obtenido de <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/31719/hernandezceballosisrael.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Hernandez, I., & Chaguaceda, A. (2013). Obtenido de La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio: <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199026737003.pdf>

- Hernández, I., & Olvera, A. (2012). Comunicación alternativa como ejercicio de ciudadanía. Obtenido de <https://1library.co/document/qvj9g5rq-comunicacion-alternativa-ciudadania-comunicacion-alternativa-desarrollo-participacion-latinoamericanos.html>
- Jimenez , M. (2017). El diseñador grafico frente a la crisis ambiental que vive el planeta. Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx/3063/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Lema, G. (2014). PLANES DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES . Universidad Técnica de Ambato, 106.
- Leon , R. (2020). Elementos de comunicacion . Obtenido de <https://rosaleon.es/elementos-comunicacion-visual/>
- Lopez, O. (2022). Direccion de Gestion y Calidad Ambiental. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Manual de buenas prácticas. (2020). Manual de buenas prácticas. Obtenido de https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal_web/web/temas_ambientales/calidad_ambiental/instrumentos_voluntarios/acuerdos_voluntarios/artes_graficas/manual_%20sector_grafico_andaluz%20.pdf
- Manuel, S., Piñuel, J., Garcia, J., & Arias, M. (1982). Obtenido de Teoria de la comunicación: https://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/05/Teoria-de-La-Comunicacion.libro_.pdf
- Molestina, C. (1977). Obtenido de Elementos de comunicacion interinstitucional: https://books.google.com.ec/books?id=IeFkAAAAIAAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Numbeo. (Mayo de 2022). contaminacion . Obtenido de <https://es.numbeo.com/contaminaci%C3%B3n/ciudad/Ambato-Ecuador>
- Nuñez Bautista , K. (2017). El débil manejo de Medios Alternativos de Comunicación con respecto . Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Documents/CS-299-2012-N%C3%BA%C3%B1ez%20Klever.pdf>
- Obando Cruz, Ó. (2018). Medios alternativos de comunicación y la voz de los invisibilizados. Universidad Pedagógica Nacional. Obtenido de <https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/FHP/article/view/8560>
- Ochoa, O. (2021). El rol de los medios de comunicación alternativos como herramienta informativa. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54552/1/El%20rol%20de%20los%20Medios%20de%20Comunicaci%3%b3n%20alternativos%20como%20herramienta%20informativa%20en%20tiempos%20de%20crisis%20pol%3%adtica%20en%20el%20Ecuador.pdf>

Piñeiro, T., & Costa, C. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC.

Pouplana, T. (2019). Estrategias de comunicacion . Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>

Reyes Córdova , M. R. (enero de 2014). biblio3.url.edu.gt. Obtenido de biblio3.url.edu.gt: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Reyes-Maria.pdf>

Rios, E., Páez, H., & Barbos, J. (2020). Obtenido de ESTRATEGIAS DE COMUNICACION - DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO: <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Rodriguez. (2009). sdfdf. dfdfdf: vvcc.

Rodriguez, L. (2004). Diseño, estrategia y táctica. Mexico: siglo xxi editores,s.a. de c.v.

Rubio, S. (Octubre de 2019). MALFORMACIONES CONGÉNITAS EN NEONATOS RELACIONADAS CON CONTAMINACION AMBIENTAL. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30404/2/TESIS%20FINAL.pdf>

Salud, O. M. (2022). La Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://www.who.int/es/news/item/27-09-2016-who-releases-country-estimates-on-air-pollution-exposure-and-health-impact>

salud.gob.ec. (2021). salud.gob.ec. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/buenas-practicas-ambientales/>

Sanchez, U. (2020). Sistemas de comunicacion . Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos101/sistema-basico-comunicacion-sistema-telecomunicaciones/sistema-basico-comunicacion-sistema-telecomunicaciones>

- Shanik, D. (2009). Alternativas comunicativas: ¿qué son los medios de comunicación alternativos? VOCES. Obtenido de file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/2210-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12088-1-10-20180626.pdf
- Social, F. P. (2017). Guía de buenas practicas ambientales. Obtenido de https://promocionsocial.org/wp-content/uploads/2018/04/Gu%C3%ADa-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Ambientales_Fundaci%C3%B3n-Promoci%C3%B3n-Social-1.pdf
- Tolomeo, U. (2018). Sistemas de comunicacion. Obtenido de <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/861/A6.pdf?sequence=6#:~:text=Un%20sistema%20de%20comunicaciones%20es,del%20tipo%20digital%20o%20anal%C3%B3gica>.
- Tuiran, C., & Gomezcásseres, J. (2019). LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS ALTERNATIVOS. Obtenido de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0062505.pdf>
- Valenciana , G. (2019). Las buenas practicas medioambientaes en Artes Graficas. Obtenido de <http://www.exyge.eu/blog/wp-content/uploads/2013/09/agraficasC.pdf>
- Vasquez, R. (2020). Obtenido de ECOLOGIA Y MEDIO AMBIENTE: https://books.google.com.ec/books?id=FpctEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=medioambiente+autor&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=medioambiente%20autor&f=false
- Wucius, W. (2014). Fundamentos del diseño. Barcelona: editorial GG.

ANEXOS

Anexo 1. Base de datos medios alternativos de comunicación

Tabla 25 Base de datos medios alternativos de comunicación rastreados, mayo – junio 2022

| Nombre | Canal de comunicación | Contenido | Contacto | Plataforma | Marca | Identidad Corporativa |
|-----------------|--|---|---|-------------------------|--|-----------------------|
| KMD Radio Tv | -POST REDES SOCIALES - TELEVISION ONLINE. -RADIO ONLINE | - POST -VIDEOS INFORMATIVO S Y DE OPINION | 099 289 5274 kleberchang@hotmail.com | FACEBOOK YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| LUMS TV | -POST REDES SOCIALES - TELEVISION ONLINE | - POST -VIDEOS INFORMATIVO S Y DE OPINION | Dr. Luis Morales 0987507156 | FACEBOOK - YOUTUBE |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|--------------------|--|----------|
| Kawsay tv | -POST REDES SOCIALES - TELEVISION ONLINE | - POST -VIDEOS INFORMATIVOS | 098 504 4410 samuelespin47@gmail.com | FACEBOOK - YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| Canal Digital Cámara de Comercio de Ambato | -POST REDES SOCIALES - TELEVISION ONLINE | - POST -VIDEOS INFORMATIVOS EMPRESARIALES | comunicacion@cca.org.ec | FACEBOOK - YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| UBG TV | -POST REDES SOCIALES - TELEVISION ONLINE | -POST -VIDEOS INFORMATIVOS, EDUCATIVOS, DE OPINIÓN Y ENTRETENIMIENTO | 096 050 2222 television@ubg.digital | FACEBOOK - YOUTUBE |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|--|--------------------|--|----------|
| Ambato en línea | -POST REDES SOCIALES -TELEVISION ONLINE | -POST INFORMATIVO | 096 203 6060 ambatoenlinea@gmail.com | FACEBOOK TikTok |  | SÍ POSEE |
| Activity TV | -POST REDES SOCIALES -TELEVISION ONLINE – PUBLICIDAD Y MARKETING | - POST INFORMATIVO S Y DE OPINION | 099 357 6071 | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Índigo Channel | -POST REDES SOCIALES -TELEVISION ONLINE. | - POST INFORMATIVO S Y DE OPINION | Diego Gordillo 099 536 4934 indigochanneltv7@gmail.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|--|---|---|--|----------|--|----------|
| Fiber Store Televisión | -POST REDES SOCIALES -TELEVISION ONLINE. | - POST -VIDEOS INFORMATIVO S Y DE OPINION | 099 271 8479 leonotasdejandohuell as@gmail.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| AMBATO LIBERTAD | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Luisito TV | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | 098 996 8325 | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Despertar Informativo Tungurahua | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------|--|--|------------------------|--|----------|
| Radares Ambato Tv | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Indignados Ambato | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | indignadosambato@ gmail.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Ambato en vivo | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | 096 734 4123 photolifeangel@hot mail.com | FACEBOOK TikTok |  | NO POSEE |
| AMB Televisión Digital | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO Y DE ENTRETENIMIE NTO | 099 588 4598 ambtv20188@gmail. com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------|----------|--|----------|
| Ambato descriptivo | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | NO POSEE |
| Ambato ayer y hoy | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO Y PUBLICIDAD | | FACEBOOK |  | NO POSEE |
| Sánchez Comunicaciones | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO Y PUBLICIDAD | 099 926 7863 | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Sucesos Ambato | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | NO POSEE |

| | | | | | | |
|---|-------------------------|-------------|---|-----------------------|---|----------|
| Ambato Ciudad Jardín del Ecuador | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Verdades Ambato | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | NO POSEE |
| Ciudad de Ambato | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | | FACEBOOK |  | NO POSEE |
| Homeprodu ctions | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | 099 369 3679 ventas@gruposamba ye.com | FACEBOOK - YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| Ambato Noticias | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO | 096 040 4894 contacto@ambatolib ertad.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|-------------------|--|--------------------------|--|----------|--|----------|
| VIVEAMBATO.COM | -POST REDES SOCIALES | INFORMATIVO Y PUBLICIDAD | viveambato@yahoo.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| CERO VIOLENCIA | -BLOG | INFORMATIVO Y DE OPINIÓN | cvambato@gmail.com | BLOGGER |  | SÍ POSEE |
| Quésff? | -POST REDES SOCIALES -REVISTA DIGITAL | INFORMATIVO Y PUBLICIDAD | 099 622 3092 quesffnoticias@gmail.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Revista Mi Ciudad | -POST REDES SOCIALES -REVISTA DIGITAL | INFORMATIVO Y PUBLICIDAD | 099 275 4233 contacto@revistamicuidad.com | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|-------------------|--|---|--|-----------------------------------|--|----------|
| Revista Chris | -POST REDES SOCIALES -REVISTA DIGITAL | INFORMATIVO DE FARÁNDULA | 098 622 5855 | FACEBOOK |  | SÍ POSEE |
| Tales y Cuales | PÓDCAST | - POST INFORMATIVO. -VIDEOS DE ENTREVISTAS Y OPINIÓN. | Ing. Marco Chisag talesycuales.ec@gma il.com 0987323175 | FACEBOOK YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| Gabo Gabriel | PÓDCAST | -VIDEOS DE ENTREVISTAS Y ENTRETENIMIE NTO | gabriel@voxpopuli.f un | FACEBOOK YOUTUBE TWITCH |  | SÍ POSEE |

| | | | | | | |
|----------------|---------------------------------------|---|-----------------------------------|---|--|----------|
| VESIJUE | PÓDCAST | -VIDEOS DE ENTREVISTAS Y ENTRETENIMIENTO | vesijue1@gmail.com | YOUTUBE |  | SÍ POSEE |
| PonteCool.com | -REDES SOCIALES -SITIO WEB | -POST INFORMATIVO. -VIDEOS INFORMATIVOS. | 0999146601- info@pontecool.com | YouTube Facebook Instagram Tik Tok |  | SÍ POSEE |
| Esencia Stereo | -REDES SOCIALES -SITIO WEB -APP | -POST INFORMATIVO, MÚSICA Y ENTRETENIMIENTO | Ing. José Bravo 0984283025 | Facebook Twitch |  | SÍ POSEE |

Anexo 2

Entrevistas

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

Cuestionario dirigido al medio alternativos y experto en diseño

Nombre y apellido del entrevistado:

Cargo:

Fecha:

1. ¿Conoce usted algún medio alternativo de comunicación que difunda contenido proambiental?
2. ¿De qué manera se podría causar impacto en la sociedad con los medios alternativos de comunicación en cuanto al cuidado del medio ambiente?
3. ¿Desde su punto de vista los medios alternativos de comunicación son el canal más adecuado para difundir mensajes o campañas publicitarias con contenido pro ambiental?
4. ¿Cree usted que la comunicación juega un papel importante dentro del proceso de transmitir un mensaje positivo de las prácticas medioambientales?
5. ¿Qué factores lo motivaron a crear un espacio alternativo de comunicación?
6. ¿Piensa usted que la comunicación visual podría potencializar la aplicación de las buenas prácticas medioambientales en los Ambateños?
7. ¿Considera usted importante la participación del diseño gráfico en los medios alternativos de comunicación para la difusión de las prácticas medioambientales?
8. ¿Desde su punto de vista cree que hay una adecuada aplicación del diseño gráfico en los medios alternativos de comunicación?
9. ¿Cree usted que la línea grafica es un factor importante en los medios alternativos de comunicación para difundir las buenas prácticas medioambientales?

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

Cuestionario dirigido a expertos en temas ambientales:

Nombre y apellido del entrevistado:

Cargo:

Fecha:

1. ¿Desde su punto de vista que considera que son las buenas prácticas medioambientales?
2. ¿Considera usted que las buenas prácticas medioambientales y los medios alternativos de comunicación son temas de actualidad y por ende de mucha importancia?
3. ¿Cree usted que el diseñador gráfico debe implementar a su praxis una relación amigable con el ambiente, basado en principios éticos y comprometidos con las buenas prácticas ambientales?
4. ¿Como se podría construir una conciencia ecológica en la población?
5. ¿Cree que es importante integrar dentro del diseñador gráfico la disciplina de conciencia para la toma de decisiones que lleve hacia el cuidado del ecosistema y las buenas prácticas medioambientales?
6. ¿Desde su punto de vista que es la contaminación ambiental?
7. ¿Considera que en la ciudad de Ambato existente elevados niveles de contaminación?
8. ¿Desde su punto, de vista de qué manera el diseñador gráfico produce algún tipo de residuos contaminante al medioambiente?
9. ¿Desde su punto de vista que es la contaminación ambiental?
10. ¿Cree que es necesario fomentar en la sociedad ambateña programas o iniciativas que concienticen sobre el uso de las buenas prácticas medioambientales?
11. ¿Cree que es necesario abordar temas relacionados al medioambiente en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato?

Anexo 3

Encuestas

CUESTIONARIO ENCUESTA

1. Seleccione el rango de edad en la que usted se encuentra:
 - a) 18-25
 - b) 25-32
 - c) 33-40

2. ¿Con que frecuencia usted utiliza las redes sociales?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Nunca

3. ¿Cuál red social es la que utiliza con mayor frecuencia?
 - a) Facebook
 - b) YouTube
 - c) Instagram
 - d) Tick Tock

4. ¿Con que frecuencia usa los medios alternativos de comunicación para informarse?
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Nunca

5. ¿Confía en la veracidad de la información que manejan estos medios alternativos de comunicación?
 - a) Si
 - b) No

6. ¿Considera necesaria la aplicación de estrategias comunicacionales en los medios alternativos de comunicación?
 - a) Si
 - b) No

7. ¿¿Cómo califica la calidad gráfica o estética de los medios alternativos que usted ha visualizado?
 - a) Muy buena

- b) Buena
- c) Mala

8. ¿Cree usted que el diseño gráfico es una disciplina necesaria que debe estar presente en los medios alternativos de comunicación??

- a) Si
- b) No

9. ¿Considera usted que el uso de color, formas y tipografía son elementos importantes en los medios alternativos de comunicación?

- a) Si
- b) No

10. ¿En los medios alternativos de comunicación que usted ha visualizado alguno de estos ha manejado contenidos pro ambientales?

- a) Si
- b) No

11. ¿Cree usted que la población ambateña posee conciencia ecológica?

- a) Si
- b) No

12. ¿Considera necesario aplicar buenas prácticas medioambientales en el cotidiano vivir para generar una conciencia ecológica en la población ambateña?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cree usted necesario que los medios alternativos de comunicación implementen contenidos medioambientales?

- a) Si
- b) No

14. ¿Considera necesario que las entidades gubernamentales u organizaciones pro ambientales, difundan campañas e informativos relacionados a problemáticas ambientales en los medios alternativos de comunicación en la ciudad de Ambato?

- a) Si
- b) No

Anexo 5

Guía de estilos

GUIA DE ESTILOS

PARA MEDIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN
QUE DIFUNDAN CONTENIDO PROAMBIENTAL.

COLOR

Por medio de la psicología del color, la gama cromática que debe estar presente en los en la composición gráfica, son los colores tierra y tonos verdes, que evocan a la esperanza, la juventud y la vida nueva.



RGB - HEX

| | | | |
|---------|-------------------------|---------|-------------------------|
| #E9EDB7 | R:233 G:237 B:183 | #D5DE71 | R:213 G:222 B:113 |
| #C3D773 | R:195 G:215 B:115 | #C5D327 | R:197 G:211 B:39 |
| #5E8C41 | R:94 G:140 B:65 | #AAC445 | R:170 G:202 B:69 |
| #463A25 | R:70 G:58 B:37 | #7DAE2A | R:125 G:174 B:42 |
| #3E6B4E | R:62 G:107 B:78 | #579532 | R:87 G:149 B:50 |
| #A7D2A8 | R:167 G:210 B:168 | #426B2B | R:66 G:107 B:43 |
| #AA9D92 | R:170 G:157 B:146 | #25411D | R:37 G:65 B:29 |

TIPOGRAFÍA

TIPOS DE LETRAS

Serif: con serifas es tradicional, seria, respetable, institucional o corporativa.

Sans Serif: sin serifas ideal para transmitir modernidad, seguridad, alegría y, en ciertas ocasiones, neutralidad o minimalismo.

Script: trazos fluidos que transmiten elegancia, mientras que las más casuales se utilizan para conceptos creativos.

Decorative: poseen una gran carga expresiva, son atractivas y con mucha personalidad

Monospaced: se utilizan para la representación de códigos informático

RECOMENDACIONES EN EL USO TIPOGRÁFICO

- No usar más de tres tipografías distintas.
- Utilizar fuentes legibles.
- Elegir un buen contraste entre el fondo y la letra.
- Nunca escribir todo en mayúsculas porque ralentiza la lectura. Se debe utilizar solo para títulos, subtítulos o conceptos importantes.
- La longitud recomendada para un párrafo está comprendida entre 45 y 75 caracteres. (aunque esto puede depender del tamaño de la pantalla).
- Es aconsejable no utilizar textos de menos de 12 px.



Se recomienda utilizar tipografías sans serif, que sean legibles con rasgos sencillos, por lo que orientamos utilizar las siguientes fuentes tipográficas en el texto.

Fuente Lato Black
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Fuente Lato Medium
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Fuente Segoe UI Emoji
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

En función a la arquitectura de la información se hace el estudio, análisis, organización, disposición y estructuración de la información.



LAYOUT

La adecuada distribución de elementos en una composición, permite visualizar la información de una forma ordenada, por lo que el equilibrio y peso visual son factores importantes que se deben tomar en cuenta en la construcción de un producto visual o audiovisual.

Enunciamos 4 principios básicos del diseño que permitan generar una correcta distribución de elementos.

-Proximidad: se relaciona al espacio visual de la composición que esta agrupado, sirve para generar o eliminar conexiones en los contenidos.

-Espacio en blanco: es un espacio vacío que sirve para ordenar los contenidos y separar las secciones.

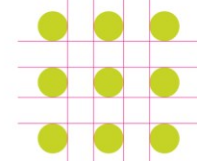
-Alineación: mantiene las proporciones entre las márgenes y el espacio de trabajo utilizado.

-Contraste y jerarquía: la jerarquía es una técnica visual que nos permite tener un orden visual y el contraste pese a las diferencias de los elementos, resalta zonas en una composición mediante la oposición o diferencia entre estas.

Proximidad



Espacio en blanco



Alineación



Contraste y jerarquía



ICONO

Es la representación gráfica de signos que representan un objeto.

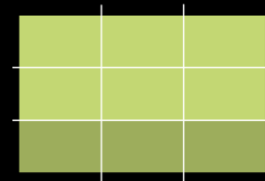
Para la utilización de iconos en la composición, se recomienda buscar contraste con los elementos.



LOWER THIRD

Es un gráfico o animación en el tercio inferior.

Son elementos utilizados en video que pueden ser animadas o estáticas, que se añaden en la postproducción.



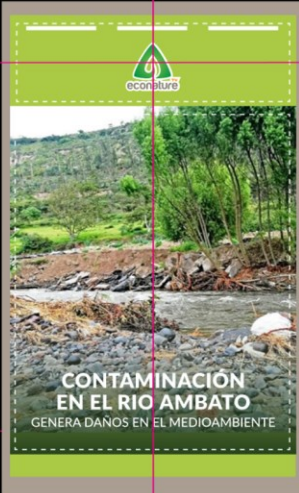
MODO DE USO EN REDES SOCIALES

POST EN FACEBOOK

Post en Facebook
Tamaño máximo de imagen: 1080 x 1080 px
Tamaño mínimo de imagen: 600 x 600 px
Formato: PNG y JPG

| | Distribución | Simulación |
|-----------|---|--|
| Cabecera | [Placeholder] | [Placeholder] |
| Contenido | MARCA IMAGEN TÍTULO SUBTÍTULO ICONO |  |
| Pie | [Placeholder] | [Placeholder] |

Stories en Facebook
Tamaño vertical de: 1080 x 1920 px

| | Distribución | Simulación |
|-----------|--|---|
| Cabecera | MARCA |  |
| Contenido | IMAGEN TÍTULO SUBTÍTULO ICONO | |

Videos en Facebook y YouTube

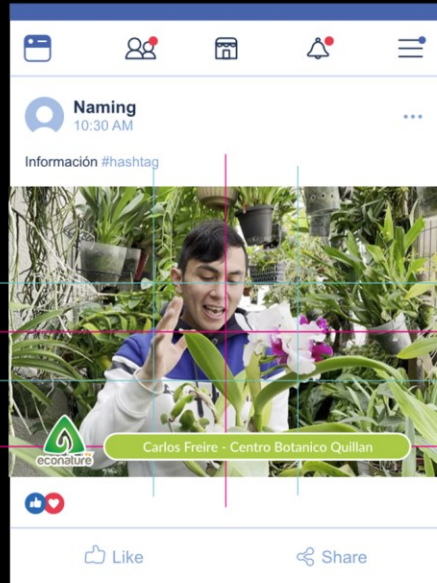
Facebook

Tamaño recomendable: 1280 x 720 px
Formato: MP4 y .MOV

Distribución



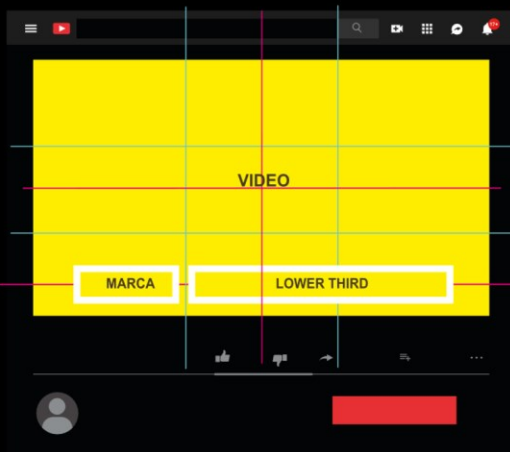
Simulación



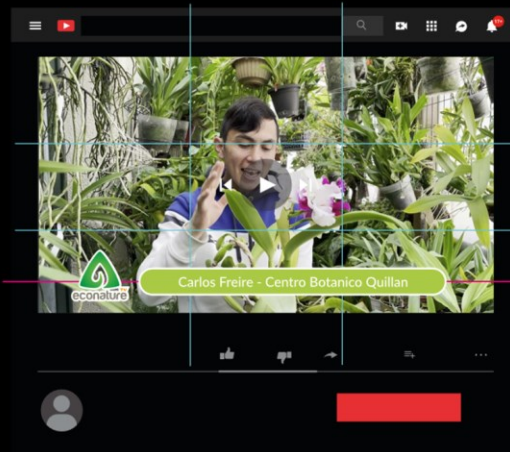
YouTube

Tamaño máximo: 1920px x 1080 px
Tamaño mínimo: 1280px x 720 px
Formato: WebM, MPEG video, MOV, AVI, 3GPP, WMV y FLV.

Distribución



Simulación



TikTok

Tamaño Recomendable: 720 x 1280 px
1080 x 1920 px

Formato: .MP4 .MOV .MPEG .3GP .AVI

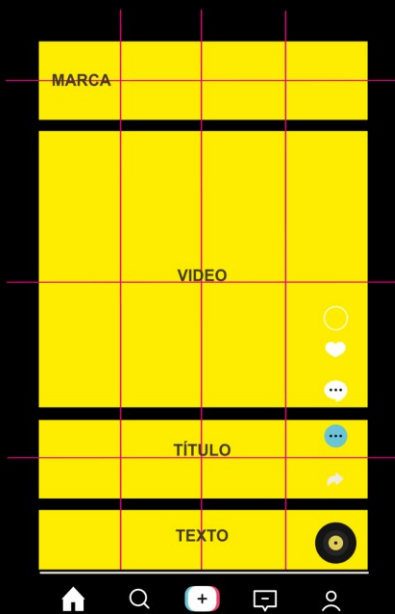


Imagen 1

Entrevista



Entrevista realizada por la plataforma ZOOM a la Ing. Belén Aguiar – ASISTENTE DE MEDIOAMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD EN EL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIOAMBIENTE BIOALIMENTAR.

Imagen 2

Entrevista



Entrevista realizada al Sr. Javier Altamirano Gómez – DIRECTOR CREATIVO DEL MEDIO TALES Y CUALES.

Imagen 3

Entrevista



Entrevista realizada al Ing. José Bravo – DIRECTOR DEL MEDIO ESENCIA STEREO

Imagen 4

Entrevista



Entrevista realizada a la Sra. Valeria Gualpa – REPRESENTANTE DEL BLOG CERO VIOLENCIA.

Imagen 5

Entrevista



Entrevista realizada al Lic. Marcelo Chango – PRODUCTOR DE KMD RADIO Y TV.

Imagen 6

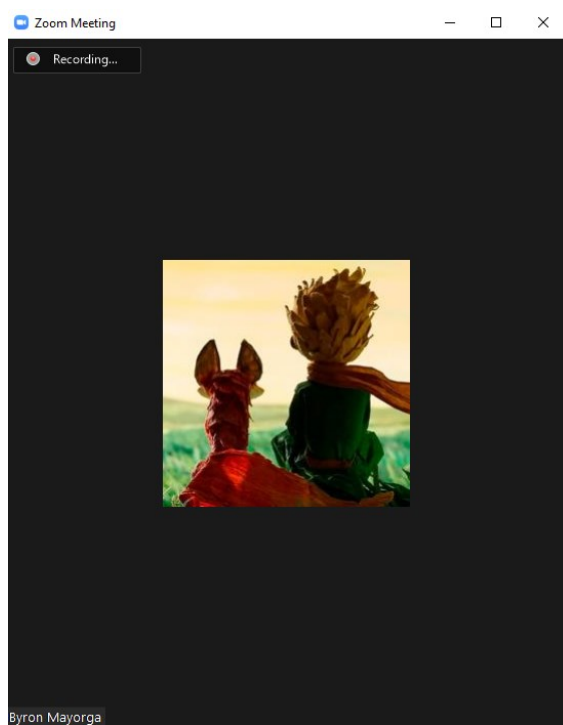
Entrevista



Entrevista realizada por la plataforma ZOOM al Lic. Hugo Sánchez – DIRECTOR DE SANCHEZ COMUNICACIONES.

Imagen 7

Entrevista



Entrevista realizada por la plataforma ZOOM al Ing. Byron Mayorga – SUPERVISOR DE ASEO GIDSA.

Imagen 8

Entrevista



Entrevista realizada al Lic. Chris Mora – DIRECTOR DE LA REVISTA CHRIS.