



**Universidad
Técnica de
Cotopaxi**

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y
APLICADAS
CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO
COMPUTARIZADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA
PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN LA
PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE
COTOPAXI PERÍODO 2016”**

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

Autores:

Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio

Gullsqui Yunda Edwin Marcelo

Directora:

MSc. Realpe Castillo Jeannette Rossanna

Latacunga – Ecuador

Mayo – 2016



FORMULARIO DE SOLICITUD

LATACUNGA - ECUADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas; por cuanto, el o los postulantes: Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio y Gullsqui Yunda Edwin Marcelo con el título de Proyecto de Investigación: **“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, mayo del 2016

Para constancia firman:

.....

.....

Ing. Sergio Chango

Ing. Lenin Tamayo

LECTOR 1

LECTOR 2

.....

Ing. Carlos Chasiluisa

LECTOR 3



FORMULARIO DE SOLICITUD

LATACUNGA - ECUADOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, **AZOGUE YANCHALIQUIN RUBEN EMILIO** con cédula de ciudadanía No. **172249412-5**, y **GULLSQUI YUNDA MARCELO EDWIN**, con cédula de ciudadanía No. **160058958-2**, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: **“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERAMICA, DE LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTON PUJILI PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”**, siendo **REALPE CASTILLO JEANNETTE ROSSANNA** director(a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Edwin Marcelo Gullsqui Yunda

C.I. 160058958-2

Rubén Emilio Azogue Yanchaliquin

C.I. 172249412-5



FORMULARIO DE SOLICITUD

LATACUNGA - ECUADOR

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERAMICA, EN PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTON PUJILI PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”**, de Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio y Gullsqi Yunda Edwin Marcelo de la carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la **Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas** de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Abril, 2016

MSc. Jeannette Rossanna Realpe Castillo

DIRECTORA DE TESIS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia y docentes que han hecho posible la culminación de mi carrera estudiantil.

Con todo mi Cariño a Mis Padres Enrique Azogue y María Yanchaliquin por su apoyo incondicional, que siempre me dieron esos ánimos tan importantes de seguir adelante,

A todos ellos que Dios les bendiga y muchas gracias de Corazón.

Rubén

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me dio la vida y estar junto a mí en cada paso que doy colmándome de su infinito amor, a mí Padre que desde el cielo me guía, a mi madre quien me dio nacer que con su amor, comprensión y apoyo constante me dio fuerzas para seguir adelante para culminar esta etapa de mi vida a la vez a mis hermanos y amigos que siempre estuvieron en las esos momentos cuando más los necesitamos con sus consejos y conocimientos. A la Familia Herrera que me recibió con las manos abiertas siendo un aporte importante en el transcurso de mi vida y apoyo moral.

A la Ing. Jeanneth Realpe por su paciencia y apoyo guiándonos de mejor manera en el proceso de esta investigación, a la Universidad Técnica de Cotopaxi quien me brindo las puertas para ser un profesional con valores y conocimientos de igual manera a todos los docentes que me suplieron mis falencias a ser cada día mejor.

Edwin

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a:

Primeramente a Dios Todo poderoso por darme fuerzas y la sabiduría necesaria para poder realizar mis estudios con satisfacción a toda mi familia, a Mis Padres Enrique Azogue y María Yanchaliquin por su apoyo incondicional, que siempre me dio esos ánimos tan importantes de alcanzar esta meta tan anhelada,

A todos ellos muchas gracias de corazón

Rubén

DEDICATORIA

El presente proyecto investigativo, fruto de un constante esfuerzo y sacrificio se lo dedico a Dios en primer lugar, a mi padre desde cielo me guía con sus bendiciones, a mi madre, amiga apoyo incondicional quien a sido un pilar fundamental a lo largo de mi vida, que con su gran amor y esfuerzo diario me ha sabido guiar, orientar y apoyar para no decaer pese a las dificultades que se ha presentado. A mis hermanos quienes con sus sabios consejos siempre me ayudaron a vencer todo los obstáculos presentados en el transcurso de mi vida estudiantil y personal, a la familia Calvopiña Herrera que me acogió como parte de su familia motivándome a ser un profesional y una persona de bien.

Aquellos amigos especiales que me ayudaron sin importar el tiempo y la distancia a lo largo de mi permanencia en la Universidad apoyándome en la culminación de un peldaño más de tan sueño anhelado.

Edwin

INDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
<i>AVAL DE TRADUCCIÓN</i>	XVII
11. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
Título del Proyecto:.....	1
Tipo de Proyecto:	1
Propósito:	1
Cultura, patrimonio y saberes ancestrales.....	5
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	5
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	7
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	7
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:.....	8
6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	9
Introducción	9
Diseño Gráfico	10
Diseño y Comunicación	10
Diseño Audiovisual.....	11

Cortometraje.....	11
Historia del Cortometraje.....	12
El Guión	13
Funciones del guión.	13
Tipos de Guión.....	14
Guión en el Cortometraje.....	14
Guión Técnico.....	14
Guión Literario.....	15
Storyboard.....	16
Plan de Producción.....	17
Preproducción	17
Producción	18
Post producción.....	18
Elección de formato	19
Publicidad.....	20
Cultura Popular	20
La Importancia de la Cultura.....	21
La cerámica como artesanía en el Ecuador	22
Parroquia La Victoria.....	22
La cerámica como artesanía en Cotopaxi (Pujilí - La Victoria).....	23
7. OBJETIVO GENERAL	24
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA	24
9. PRESUPUESTO DEL PROYECTO	26

10. DISEÑO EXPERIMENTAL Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	27
10.1 METODOLOGÍA DE TRABAJO DE CAMPO	28
Método deductivo.....	28
Método analítico.....	28
Método Científico	28
10.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
10.2 Técnicas de investigación	30
10.2.1 La entrevista.....	30
10.2.2 La encuesta.....	30
10.3 Población y tamaño la muestra	30
10.3.1 Población.....	30
Muestra.....	31
10.3.2 HIPOTESIS.....	33
10.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	33
10.5 DESARROLLO DE LA PRUPUESTA CREATIVA.....	48
Recopilación de datos	49
Análisis de datos	50
Creatividad	50
DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ISOLOGOTIPO DE LA FERIA DE CERÁMICA DE LA PARROQUIA LA VICTORIA	50
Boceto del Isologotipo	51
Construcción geométrica del logotipo	51
Isologo Digitalizado	52
Tipografía de la propuesta.....	52

Marca en reticula y medida.....	53
Elementos del isologotipo.....	54
Logotipo full color y blanco y negro.....	54
Uso del isologotipo permitido sobre versiones corporativos y sobre fondos de color.	55
Justificación del color	55
Normalización tamaño	56
ETAPAS DE CORTOMETRAJE.....	57
PREPRODUCCIÓN	57
COMPONENTES VISUALES BÁSICOS DURANTE EL RODAJE.....	57
GUIÓN LITERARIO.....	59
STORYBOARD	61
PRODUCCIÓN.....	62
Planos longitudinales	62
Separación tonal	64
Utilizar un gran angular	64
POSTPRODUCCIÓN.....	65
GUIÓN TÉCNICO	66
Edición del video.....	69
Voz en Off.....	70
Recorte de clips de vídeo y audio en las líneas de tiempo	70
Efectos.....	71
Exportación de Video.....	71
Formato de Video.....	72
EXPERIMENTACIÓN.....	73

MODELOS	73
Troquel del Packaging del cd.....	73
Packaging para el cd del cortometraje publicitaria	74
Portada del CD	75
VERIFICACIÓN	75
SOLUCIÓN	75
Validación de la propuesta.....	75
11. CONCLUSIONES	76
11.1 RECOMENDACIONES	77
12. BIBLIOGRAFIA	78
12.1 Bibliografía Citada.....	78
Bibliografía Consultada	79
ANEXOS	1

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades Objetivos.....	24
Tabla 2: Presupuesto	26
Tabla 3: Costos Directos	26
Tabla 4: Presupuesto General.....	27
Tabla 5: Cotización Tentativa	27
Tabla 6: Análisis y Resultado, Pregunta 1	34
Tabla 7: Análisis y Resultado, Pregunta 2	35
Tabla 8: Análisis y Resultado, Pregunta 3	36
Tabla 9: Análisis y Resultado, Pregunta 4	37
Tabla 10: Análisis y Resultado, Pregunta 5	38
Tabla 11: Análisis y Resultado, Pregunta 6	39
Tabla 12: Análisis y Resultado, Pregunta 7	40

Tabla 13: Análisis y Resultado, Pregunta 8	41
Tabla 14: Análisis y Resultado, Pregunta 9	42
Tabla 15: Análisis y Resultado, Pregunta 10	43
Tabla 16: Equipo de Trabajo.....	57
Tabla 17: Guión Técnico.....	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Boceto le isologotipo	51
Gráfico 2: Construcción Geométrica	51
Gráfico 3: Isologo Digitalizado.....	52
Gráfico 4: Tipografía Propuesta.....	52
Gráfico 5: Tipografía Slogan	53
Gráfico 6: Retícula y medida	53
Gráfico 7: Elementos isologotipo.....	54
Gráfico 8: Logotipo full color y blanco y negro	54
Gráfico 9: Isologotipo sobre fondos.....	55
Gráfico 10: Justificación de color.	56
Gráfico 11: Normalización tamaño.....	56
Gráfico 12: Boceto Storyboard	61
Gráfico 13: Escenas.....	63
Gráfico 14: Escenas.....	63
Gráfico 15: Escenas.....	64
Gráfico 16: Separación de Colores	65
Gráfico 17: Edición de Audio & Video	70
Gráfico 18: Recorte de video en la línea de tiempo	70
Gráfico 19: Aplicación de efectos.....	71
Gráfico 20: Exportación de video	72
Gráfico 21: Troquel del Packaging	73
Gráfico 22: Packaging del Cd	74
Gráfico 23: Portada del CD.....	75

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

TEMA “ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”

Autores: Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio
Gullsqi Yunda Edwin Marcelo

RESUMEN

El presente proyecto de tesis tiene como finalidad difundir la alfarería en la feria artesanal de la cerámica; mediante una propuesta audiovisual que permita establecer una imagen favorable que incentive a la valorización de cultura de la parroquia La Victoria.

En este sentido se propone la aplicación de métodos de investigación como: deductivo, analítico, científico, descriptiva, de campo y bibliográfica, a su vez se aplicó las técnicas como la encuesta y la entrevista, que se realizó al gremio de artesanos de la parroquia, de esta manera se logró recopilar la información necesaria para el presente trabajo investigativo.

Para la elaboración del cortometraje publicitario se contó con la información de las vivencias, destrezas y habilidades cotidianas del alfarero, que con sus manos crean cada piezas con barro y la pintan con hermosos colores creando piezas únicas las cuales unen las influencias entre lo ancestral y lo actual manteniendo la esencia del lugar.

La propuesta del cortometraje tiene fundamentación en los procesos de pre producción, producción y postproducción; en este sentido se establece un cronograma de trabajo y un guión, en colaboración con las personas del lugar y el grupo investigador.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

TOPIC: "DEVELOPMENT OF A SHORT FILM PUBLICITY TO PROMOTE AND DISSEMINATE CERAMIC HANDICRAFTS IN LA VICTORIA PARISH, PUJILI CANTON COTOPAXI PROVINCE PERIOD 2016"

AUTHORS: Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio
Gullsqi Yunda Edwin Marcelo

ABSTRACT

The current project has the finality to disseminate the importance to in pottery of the craft fair of ceramics, through an audiovisual proposal that allows establish a positive image that encourage the valorization of the culture of La Victoria Parish. In this project, it was applied different methods of investigation such as deductive, analytical scientific, descriptive, field and bibliographic methods; also it was applied the survey and interview techniques to craftsmen to recollect information necessary to this production. To produce the advertising short film was used all the information of the native people like experiences, skills and abilities of the craftsmen, with their hands, build each piece with mud and paint with beautiful colors, achieving a unique piece which join ancestral and current influences, keeping the essence of this place. The proposal of the short film has the bases of the process of pre-production, production and post-production of pottery, therefore it was established a chronogram and a script in collaboration with the investigation group and the people of the community.



FORMULARIO DE SOLICITUD

LATACUNGA – ECUADOR

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del **Centro Cultural de Idiomas** de la **Universidad Técnica de Cotopaxi**; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por los señores egresados **Rubén Emilio Azogue Yanchaliquin, Edwin Marcelo Gullsqui Yunda** de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas:, cuyo título versa **“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, mayo del 2016

Atentamente,

.....
MSc. Alison Paulina Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 0501801252

11. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTON PUJILÍ.

Tipo de Proyecto:

El tipo de investigación a utilizar para desarrollar el proyecto es la **investigación aplicada**, puesto que va a permitir utilizar los atributos técnicos y científicos que como disciplina el diseño gráfico nos permite, en tal virtud al desarrollar la propuesta de un cortometraje se aplica las plataformas, programas y herramientas utilitarias de esta disciplina, de esta manera promover asertivamente la feria de la cerámica en la parroquia La Victoria, así la investigación aplicada nos orientará a la búsqueda de la interacción directa con la comunidad, reflejando evidencias, atributos culturales, históricos y vivencias cotidianas de los artesanos que respaldados de un cortometraje se pueda difundir beneficiosamente.

Propósito:

El propósito central del cortometraje publicitario es otorgar a los artesanos de la localidad un medio que permita difundir su labor artesanal, de esta manera suplir aspectos publicitarios existentes en la actualidad; siendo la propuesta una herramienta de fácil reproducción se convierte en el medio idóneo para transmitir la esencia de la actividad artesanal cuyo propósito es generar una serie de estímulos y emociones en el público objetivo que oriente a la adquisición y la participación directa en feria de la cerámica de la parroquia La Victoria; a su vez, estos esfuerzos conlleven aportar beneficiosamente en la economía local de los artesanos.

También la intención es otorgar una base investigativa tanto a la universidad y al gobierno parroquial de La Victoria, cuyos datos valiosos servirán en el campo investigativo para futuras investigaciones con el fin de revalorizar y conservar la herencia ancestral de los pueblos.

Fecha de inicio:

16 de enero del 2016

Fecha de finalización:

13 de abril del 2016

Lugar de ejecución:

Parroquia la Victoria Cantón Pujilí
Provincia de Cotopaxi.

Unidad Académica que Auspicia:

Unidad Académica de Ciencias de la
Ingeniería y Aplicadas

Carrera que auspicia:

Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico
Computarizado

Equipo de Trabajo:

Azogue Yanchaliquin Rubén Emilio
Gullsqi Yunda Edwin Marcelo

Tutora:

MsC. Jeannette Realpe

Coordinador General:

Arq. Enrique Lanás

Coordinador de la Carrera de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas

Coordinador del Proyecto

Nombres: Jeannette Rossanna

Apellidos: Realpe Castillo

C.I: 171656933-8

Nacionalidad: ecuatoriana

Estado Civil: Soltera

Fecha de Nacimiento: Quito, 20 de febrero de 1980

Dirección: Av. General Maldonado 470 y Napo. Latacunga – Ecuador

Teléfono: 0987089437 / 2567054

Correo Electrónico: Jeanette.realpe@utc.edu.ec

Blog: <http://onironauticas.blogspot.com/> (Blog sobre cine, música, arte y literatura).

Estudios realizados:

Superior: Universidad Tecnológica Israel

Título Obtenido: Ingeniera en Diseño Gráfico

Posgrado: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso - Sede Ecuador (2014).

Título Obtenido: Maestría en Antropología Visual y Documental Antropológico.

Tema tesis: Masculinidades hegemónicas en las redes sociales virtuales en el Ecuador. (Etnografía multisituada).

DATOS PERSONALES

NOMBRES: Rubén Emilio

APELLIDOS: Azogue Yanchaliquin

C.I.: 1722494125

FECHA DE NACIMIENTO: 29 de enero 1988

LUGAR DE NACIMIENTO: El Corazón Parroquia Ramón Campaña

ESTADO CIVIL: Soltero

DIRECCIÓN: Latacunga parroquia Eloy Alfaro Barrio los Nevados

E-MAIL: lineagrafic@outlook.com

CEL.: 0998770637

DATOS PERSONALES

NOMBRES : Edwin Marcelo

APELLIDOS: Gullsqi Yunda

C.I.: 1600589582

FECHA DE NACIMIENTO: 14 de Agosto 1986

LUGAR DE NACIMIENTO: Parroquia Palora , Cantón Palora Provincia Morona S.

ESTADO CIVIL: Soltero

DIRECCIÓN: Latacunga Parroquia Eloy Alfaro barrio la Maldonado Toledo

E-MAIL: edwingulls@hotmail.com

CEL.: 0984233615 / 0967122635 / 0958819616

Línea de investigación:

Tecnologías de la información y comunicación (TICs) y diseño gráfico

Los proyectos de investigación que se enmarquen en esta línea tendrán como objetivo desarrollar tecnologías y herramientas informáticas de apoyo a la incorporación de planes y programa de desarrollo, utilizar los TICs para la optimización y sistematización de procesos y diseñar tanto software como sistemas informáticos y métodos de inteligencia artificial. En el campo de diseño gráfico se buscará optimizar los procesos de elaboración, presentación y propuestas gráficas y desarrollar proyectos innovadores de diseño gráfico aplicados a distintas áreas del conocimiento

Cultura, patrimonio y saberes ancestrales

Esta línea pretende fomentar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias que reconozcan los saberes y conocimientos ancestrales como parte del acervo cultural y del patrimonio histórico de las comunidades originarias, revalorizando el importante recurso que estos saberes constituyen para la sociedad y permitan proteger y conservar la diversidad cultural que caracteriza a nuestro entorno.

Sublínea de Investigación de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado

Diseño aplicado a la investigación es gestión histórica cultural

CATEGORIZACIÓN

Productos audio visuales aplicadas a proyectos culturales

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Todo proyecto de cortometraje publicitario en la actualidad, (*Pineda Amo, 2007, 103*) es uno de los soportes más efectivos en la producción de medios audiovisuales especialmente en el cine y la tv, que cumple diversos propósitos de los seres humanos

de acuerdo a las escalas variadas de motivación permitiendo realizar proyectos con fines dinámicos y llamativos, donde se desarrollan todo tipo de contenido fotográfico e informativo.

La parroquia La Victoria, localizada en la región sierra posee majestuosas artesanías de muy buena calidad, en las que se plasman toda forma de vivencias de cultura y tradiciones del lugar, los mismos que han dado renombre a la manera de comercializar sus trabajos, si bien es cierto existe dificultades para desarrollar la feria de la cerámica, ya que no cuentan con planes concretos de emprendimientos, ni capacitación para la proyección y ejecución de sus actividades artesanales, es menester realizar propuestas que encaminen al desarrollo comunitario que contribuyan a mantener la sostenibilidad socio-económica de la parroquia.

Es por eso que se ha visto la necesidad de realizar este proyecto que trata de la **“Elaboración de un Cortometraje Publicitario para Promover y Difundir la Feria de Cerámica en la Parroquia de la Victoria del Cantón Pujilí”** el cual busca apoyar al gremio de artesanos permitiendo fomentar los diferentes tipos de artesanías existentes, utilizando un medio audiovisual que permitirá llevar la información en forma eficaz, con el fin de persuadir a un público objetivo y potencializar nuevos mercados.

Como objetivo del trabajo de investigativo se planteó elaborar un cortometraje publicitario para aperturar nuevos nichos de mercado en la que difusión de la feria de cerámica de la parroquia La Victoria constituya en un valioso aporte en el desarrollo local, en este sentido cobraría valor las artesanías que poco a poco se ha venido integrando al contexto turístico, vendiendo y promocionando a través de sus ferias culturales realizados a nivel local y nacional, dando a conocer las habilidades de los artesanos que tienen mucho prestigio y renombre, de esta manera vienen promoviendo por su cuenta al que hacer turístico, haciendo que los visiten los turistas nacionales y extranjeros.

Palabra Clave

Cortometraje publicitario de la Parroquia la Victoria, artesanías La Victoria, cerámica La Victoria

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Es fundamental e importante llevar a cabo esta investigación, mediante la elaboración del cortometraje publicitario que fomentará la feria de la cerámica en la parroquia La Victoria, como investigadores se ha visto la necesidad de difundir las artesanías culturales aprovechando la tecnología y todo lo que la plataforma digital nos ofrece en la actualidad.

El cortometraje publicitario es uno de los varios mecanismos comunicacionales que permitirá desarrollar una más amplia percepción cultural en la localidad de La Victoria y la provincia en general, con el fin de revalorizar las técnicas ancestrales de la elaboración de cerámica, permitiendo que el arte, la tradición se desarrolle a nivel local nacional desempeñando el espíritu y el significado de su riqueza.

Por ello se busca promover e incentivar las actividades de artesanías realizadas en la parroquia La Victoria, mediante este medio audiovisual que permita difundir los servicios turísticos de la comunidad, siendo beneficiarios directos el gremio de artesanos del lugar y los turistas, quienes podrán acceder a esta información y conocer los diferentes atractivos culturales y sin duda servirá para promocionar la feria de la cerámica.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Los beneficiarios directos de este proyecto es la asociación de artesanos de la parroquia La Victoria, dando un total de doscientos cincuenta y ocho personas que se dedican a la elaboración de las artesanías en cerámica, en el cual participan ochenta y

tres hombres y ciento setenta y cinco mujeres siendo así la principal fuente de economía del lugar.

Los beneficiarios indirectos son la población que está conformado por 9 barrios y 3 comunidades, turistas y extranjeros, que visitan para apreciar los diferentes tipos de artesanías, permitiendo que el arte, la tradición se desarrolle a nivel local nacional desempeñando el espíritu y el significado de su riqueza.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

¿La carencia de medios comunicacionales para promocionar las artesanías de la cerámica elaboradas en la parroquia de La Victoria cantón Pujilí dificulta su difusión?

El Ecuador es un país rico en diversidad cultural, connota un amplio conocimiento en la elaboración artesanal de varios rincones del país, sin embargo son limitadas las propuestas de difusión a través de cortometrajes publicitarios, en este sentido existe una gran posibilidad de proponer alternativas de comunicaciones tanto en versiones textual, sonora, visual o audiovisual.

Es preocupante que en la provincia de Cotopaxi no se pueda establecer una plataforma de registros sobre la elaboración artesanal y demostraciones artísticas, así la preservación del patrimonio cultural produce cada vez preocupaciones literales hoy en día, la revolución de la información y la globalización de la economía lamentablemente va perdiendo interés sobre bienes culturales existentes.

El cantón Pujilí durante mucho tiempo ha sido uno de los íconos en la elaboración artesanal de la cerámica, sobre todo la parroquia La Victoria que es lugar propicio donde la mayor parte de la población está dedicada a labores de alfarería. A su vez encontramos inconvenientes, que no se ha logrado incursionar las artesanías comunitarias, perdiendo así varias fuentes de trabajo local por lo que las personas se verán en la necesidad de migrar en busca de ingresos económicos para solventar sus

necesidades, en consecuencia de esta migración la riqueza cultural que tienen permanecería aislada.

Al no contar con medios de difusión suficientes, con la elaboración de este proyecto se estima fortalecer el desarrollo de la feria de cerámica en la parroquia La Victoria, con el fin de que los futuros visitantes puedan adquirir los diferentes artesanías y juguetes elaborados por personas de la localidad donde plasman las vivencias, costumbres y tradiciones, contribuyendo así con un valioso aporte cultural, que pueden convertirse en trascendentales atractivos turísticos.

6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

Introducción

El presente proyecto de investigación aborda sobre la herencia cultural tanto de elaboración y difusión de la feria de la cerámica de la parroquia La Victoria, en la cual se hablará sobre las evidencias históricas, culturales y saberes ancestrales que afirmen las raíces de la cerámica, de igual forma se destaca los medios digitales como herramientas de difusión en la, **ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA EN LA PARROQUIA LA VICTORIA**, lo cual busca promover los diferentes tipos de piezas elaboradas con el material de barro, así la utilización de un medio audiovisual permitirá proyectar la información en forma eficaz, dicho fin es potencializar los ingresos económicos de los pequeños artesanos.

Todos los días la posibilidad de difusión a través de medios digitales está ganando espacio, en este sentido la propuesta de cortometraje publicitario halla plena convalidación para ser aplicado en medios de reproducción comunes como la televisión y radio, así también en la plataforma vanguardista del internet.

Es de menester importancia considerar el momento apoteósico de esta era, en la que la publicidad conlleva un papel predominante en la oferta y demanda de todo bien o servicio; por ende el cortometraje publicitario permite aprovechar las bondades del diseño gráfico y su plataforma de programas para proponer posibilidades en la comunicación, de esta manera en el proyecto se propone aspectos de identidad corporativa, temas audiovisuales, la elaboración de un guión y fotografía.

Diseño Gráfico

Según (*Joan Costa, 2002: 42*) manifiesta: Es una profesión cuya actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y organizar una serie de factores que se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de nuestros sentidos, en general estos medios están destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta actividad posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. De igual forma (*Timothy Samar, 2000:6*) afirma que el significado del diseño gráfico no se trata de entender el papel que desempeñan la forma y el contenido, sino decir que el diseño es también un comenario, una opinión, un punto de vista, el diseño es más que ensamblar, ordenar, editar, es añadir un valor y significado de cada proceso a presentar.

Diseño y Comunicación

Según (*Galarza Hipatia 2012:30*) comenta: El diseño como base fundamental de un lenguaje de íconos e imágenes tiene una función muy importante que representan ideas y conceptos que es la de comunicar. Cuando hablamos de comunicar se hace referencia al mensaje que se va a transmitir mediante una de las estrategias visuales, y siendo un medio más importante es la percepción visual por la cual percibimos y registramos de una forma fácil y sencilla, mientras que (*Jorge Frascara, 2000: 61*)

dice: “La comunicación es el área que da la razón de ser el diseño gráfico resaltando que la percepción visual fue desarrollado para entender e interpretar contextos significativos que el diseño tiene la función de establecer claras relaciones de jerarquía, inclusión, conexión, secuencia y dependencia de facilitar la construcción de un significado por parte del receptor”.

Diseño Audiovisual

Según (MC Lear , Ruari:2007, 37) afirma: “Que el diseño audiovisual puede definirse como un sistema de comunicación, que se basa en la capacidad expresiva de la forma a través de unidades de significación con capacidad de participación en el acto comunicativo con un sistema de signos en tanto que es una forma de significación que interrelaciona signos visuales, auditivos y verbales”, mientras tanto (Bruno Munari, 1985:79) expresa: Que la comunicación visual es prácticamente percibido desde los ojos, teniendo un valor significativo el objeto de lo cual puede ser casual o intencional es decir todo lo que se presenta espontáneamente o de una manera intencional llegando el mensaje como el receptor lo percibe.

Cortometraje

Según (Sara Baño, 2012:3) comenta: Que un cortometraje es una producción audiovisual o cinematográfica que no tiene duración determinada. Normalmente, los cortometrajes van dirigidos a festivales de cine, por lo tanto, su duración no es de más de quince minutos porque así lo requieren las normativas de los festivales. Como se ha dicho, esa es la duración estimada pero no todos los directores siguen el mismo patrón. Podemos encontrar cortometrajes de más de treinta minutos que hayan ganado numerosos premios reconocidos, pero eso son excepciones.

La duración media de un corto es de quince minutos por su parte, (Ricardo Bedoya) encuentra la similitud del cortometraje de ficción en el cine al cuento de literatura y lo considera como un modo realización o formato cinematográfico en el cual se cuenta

una pequeña historia o se presenta una situación o un documental. El corto es una forma de narración breve, sintética y esquemática. Los objetivos por los que se hace un corto pueden ser muy diversos.

Según (*Coper, y Dancyger, 1998:13*) manifiesta: Que en los inicios del cine como arte todas las películas eran cortometrajes que en 1913 todas las películas la duración era de quince minutos o hasta menos. El formato largo empezó a ser recién la norma en Estados Unidos. Posteriormente a los años veinte, aparece en el cine una respuesta alternativa a los convencionalismos narrativos del cortometraje que esta década modelaba, la realización de un cortometraje publicitario una experiencia y un aprendizaje para bien común.

Historia del Cortometraje

Según (*Sara Baño.2012:03*) afirma. En el pasado, las cámaras se utilizaban exclusivamente para grabar documentales sobre máquinas locomotoras, trenes y otros medios de transporte. Estos documentales captaron rápidamente la atención de la gente, desde ahí empezó una demanda pública por películas un poco más creativas. En ese momento, las cámaras pasaron a manos de los artistas y empezaron a realizarse cortometrajes. Los directores experimentaron todo lo que pudieron con las grabaciones, que era algo totalmente nuevo para ellos. Algunas de las técnicas y efectos especiales que se crearon entonces son utilizadas todavía (como, por ejemplo, los primerísimos planos). La gente quedó maravillada con esas grabaciones entretenidas de poco tiempo.

Esa nueva modalidad se hizo rápidamente popular entre el público que pareció dispuesto a pagar para ver largometrajes más profundos. No obstante, al principio de la década de los 20, los cortometrajes se hicieron notar por encima de las películas largas.

Un mercado encabezado por Walt Disney, Charles Chaplin y Laurel y Hardy, entre otros, llevaron al cortometraje en los primeros puestos de la lista de popularidad. No

obstante, con el paso de los años, la sociedad y la televisión han ido alabando el largometraje, cosa que ha hecho que los cortometrajes queden en segundo plano, reduciéndolos al ámbito publicitario, solo. De todas maneras, nuestros antepasados nos han dejado en herencia algunas perlas como El viaje a la Luna (*Le voyage dans la lune*, 1902) de Georges Méliès, los famosos cortometrajes cómicos del Gordo y el Flaco (Laurel y Hardy) y los míticos cortos que consagraron a Chaplin como a un maestro del séptimo arte.

El Guión

Según (*Sara Baño, 2002*) afirma. El guión es el recogido de todos los diálogos que los personajes pronuncian durante la obra o filmación, más los aspectos técnicos de las escenas que habrán de convertirse en imágenes posteriormente. El guión es estático, es un mensaje fijo que el espectador puede recibir de diferentes formas pero que no puede cambiar ni alterar. El guión, junto con la imagen, es el factor más importante dentro de una película, que es el que capta la mayor parte de la atención del espectador. La estructura de un guión tiene que ser sencilla, simple y accesible, de manera que cualquier persona que mire o escuche nuestra obra pueda entender de qué trata. El trabajo de elaborar un guión es uno de los más importantes y laboroso de todo el proceso que un guionista tiene el reto de contar todo lo que es necesario en tan solo unas pocas escenas, que el tiempo de una película no es ilimitado y tiene que asegurarse que el mensaje principal llega a los espectadores.

Funciones del guión.

Según (*Will Eisner.2006:02*) afirma. Los diálogos caracterizan al personaje. Cada personaje tiene su propia forma de hablar, tiene expresiones únicas que lo diferencian de cualquier otro personaje de la obra.

Los diálogos nos presentan al personaje. Nos muestra sus ambiciones, sus sueños, su estado emocional, la relación que guarda con otros personajes, etc. Nos invitan a revelar las características psicológicas del personaje

Los diálogos aclaran el sentido de las imágenes. Existen imágenes que se podrían confundir con facilidad y la función del guión es ayudarnos a interpretarlas de manera correcta y adecuada.

El diálogo modera la tensión de las escenas. Si el diálogo es relajado y tranquilo somos conscientes que todo está bien. Si el diálogo es agitado y rápido la tensión del espectador aumenta.

Tipos de Guión

Guión en el Cortometraje

Según (Miguel Díaz Lasangre: 2000) menciona: Los cortometrajes, debido a su poca duración, precinden de diálogo la mayoría de las veces. No todos los cortos son mudos pero la mayoría se bastan de gestos, miradas, imágenes, música, coreografías, etc. para transmitir el mensaje al espectador. El diálogo en los cortometrajes no es tan importante como en los largometrajes. Se debe recordar que los cortometrajes son películas cortas experimentales con diálogo, guiones que suele ser muy simple.

Guión Técnico

Según (Diego Agudo 2003) afirma: El guión técnico es el momento de la producción de un producto audiovisual que se sitúa entre el guión y el rodaje. El guión técnico suele hacerlo el director. Cuando elabora el guión técnico, incorpora la segmentación de las secuencias y las escenas en planos con su numeración respectiva y toda la información técnica necesaria para planificar la grabación: identificación del plano, sujeto u objeto encuadrado, tamaño de plano, ángulo de la toma, movimientos de cámara, ópticas, iluminación, sonidos, decorado, accesorios, etc.

Es un documento que se dirige a todo el equipo técnico y servirá de base para la planificación:

- ✓ El realizador plasma nociones básicas o generales del estilo narrativo expresivo.
- ✓ El productor lo utilizará para desglosar, presupuestar, planificar y coordinar el plan de rodaje.
- ✓ El ayudante de realización, junto con el equipo de producción, lo utiliza para establecer el plan de rodaje.
- ✓ Todo el resto de técnicos implicados en la puesta en escena o la captación de imagen y sonido lo utilizarán para la planificación de sus respectivas tareas en la grabación.

Y por otro lado (*Anto Benítez, y Francisco Utray.2013:23*) menciona. La planificación de una escena o una secuencia mediante el guión técnico será necesario interiorizar toda la dimensión expresiva de la realización y también considerar los aspectos productivos que permitan gestionar el rodaje de forma eficiente. Para ello el realizador tendrá que tener en consideración las necesidades de los distintos equipos técnico-artísticos que participan en la producción.

Guión Literario

Según (*Valentín Fernández.2003*) menciona: Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores. Excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, etc, y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros.

Por otra parte, en el guión constan indicaciones para los radiofonistas, semejantes a éstas, que contiene toda la información necesaria para poder desarrollar la película. Está contado en tiempo presente y contiene todos los diálogos y la descripción de las

situaciones y los personajes. El guión sólo contiene indicaciones visuales y sonoras, dejando de lado cualquier tipo de pensamiento o sentimiento que experimenten los personajes o cualquier tipo de opinión que el guionista tenga sobre los acontecimientos.

Mientras tanto (*Rocío Islas Maldonado.2010:02*) afirma. Son aquellos que dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores. Excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, etc. y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros.

Storyboard

El storyboard o guión gráfico comprende una serie de gráficos en secuencia, que cuenta o que muestra el resultado de las acciones de los personajes que interactúan entre sí de acuerdo a una acción específicas un determinado entorno.

Según (Sáenz, Rodolfo, (2008).) El *storyboard* es una visión ilustrada de, cómo se imagina el director de un video que quedará la producción final. Esta herramienta le ayuda a un mejor entendimiento y comprensión de lo que el director se propone lograr con su equipo de trabajo. Cada dibujo contiene las escenas que se filmarán exactamente con los planos cinematográficos que demostraran la acción

Grabarse la película. Por ejemplo, en el caso de que haya un director de fotografía, el storyboard le ayudará a saber exactamente cómo queremos que sean los movimientos de la cámara. En el caso que tengamos productores, el storyboard nos ayuda a hacerles entender el corto en general, cuáles serán las escenas, dónde estarán ambientadas, etc.

Sonidos

Según (Armando Balsebre 1994) menciona. Dentro de la publicidad, una de las principales funciones y valor que tiene el sonido es la capacidad para contribuir notoriedad a un mensaje comercial elaborado. En el mundo cinematográfico, son muchos los directores que consideran al sonido una parte muy importantes del script y en el caso de la televisión, la música puede llegar a contar muchas cosas en un anuncio.

Sonido Estéreo

Según (Ávila Noemí 2009: 1) afirma .Sonido estéreo refiere a los sonidos que están constituidos por más de dos canales con informaciones diferentes.

Sonido mono

Según (Ávila Noemí 2009: 1) menciona. Es el tipo de sonido que hace uso solamente de un canal. Al oírlo es como si se estuviera escuchando a través de un solo oído, donde no se crea una sensación espacial.

Plan de Producción

Según (Gustavo Castillo2014:03) pretende. Consiste en preparar el escenario, bajo un diseño de producción, lo que garantizará claridad y efectividad en cada uno de los procesos de la producción que se va desarrollar. Producción y optimizar los recursos aportados para el proyecto.

Preproducción

Según (Tiscar Lara Andrés Piñeiro) El proceso de preproducción comprende desde el momento en que nace la idea hasta el momento en que se empieza a grabar la película. Es una de las partes más importantes del proceso de producción de un

cortometraje, siendo el momento en que se prepara, organiza y determina todo. En esta fase se escribe el guión, que buscan actores, se alquila todo el equipo, se contrata al equipo técnico, se resuelven dudas y problemas que puedan surgir, se buscan escenarios dónde grabar y se piden los permisos pertinentes, se diseña el vestuario y se define el tipo de maquillaje, se piden permisos para utilizar ciertas piezas musicales, se busca el atrezzo y los complementos necesarios, se confecciona el plan de rodaje. En general, en esta fase se organiza absolutamente todo para que, una vez lleguemos a la fase de rodaje, no tengamos que preocuparnos por nada. El primer paso después de tener la idea es desarrollar el guión de la película.

Producción

Según (*Gustavo Castillo2014:03*) menciona. Una vez que la producción del *Teaser* ya estaba bien definida, se pasó a realizar la producción del cortometraje. Este proyecto, que tendrá una duración aproximada de 20 minutos, es por lo tanto un proyecto audiovisual más ambicioso, requería tener en cuenta muchos más aspectos de los que se tuvieron en el *Teaser*, La idea es tener claras las estrategias de realización de todo el proyecto

Post producción

Según (Rabiger, 200:01) afirma La etapa de post producción es en la que se concreta la idea del audiovisual. Se revisa todo el material filmado, se eligen las mejores imágenes, entrevistas y audios y efectos especiales deseados, dando estructura coherente que se acerque más a la idea original del director.

Una planificación organizada, adecuada nos ayudará a quitarnos mucho trabajo de encima y hacer todo el proceso más a menos, ya que suele ser un trabajo largo y, a veces, algo tedioso. Hoy en día con la ayuda de la tecnología todo es más fácil. Así que el proceso se centrará, básicamente, en el trabajo digital mediante un ordenador. En el inicio de este proceso tenemos variedad de escenas desorganizadas que más

tarde formarán parte de un conjunto, que será nuestro corto. Por eso, el primer paso de la postproducción es el montaje.

Medios para publicitar un cortometraje

Según (Esther Gómez, 2013) menciona. Un video vale diez mil palabras, por lo menos, porque en la comunicación las imágenes, el sonido la originalidad y la creatividad, que son valorados por los usuarios permitiendo interactuar, compartir y difundir el mensaje, siendo uno de los elementos que más unido ha estado al mundo del marketing desde su nacimiento y que la televisión ha sabido aprovechar en su favor para dar al mensaje un valor añadido y hacerlo más atractivo y dinámico.

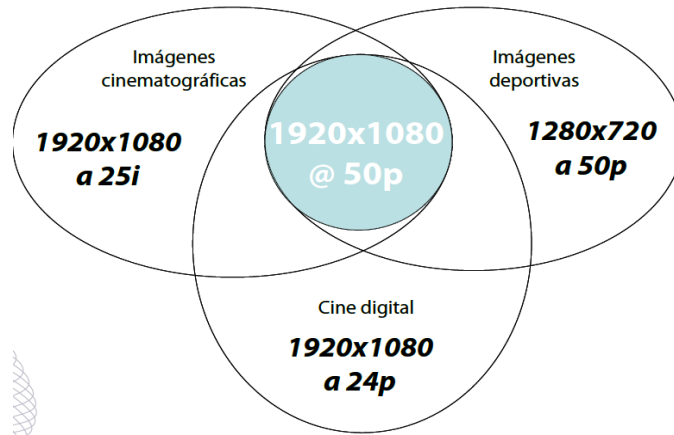
Televisión

Según (Kleppner, 1990) afirma. La televisión es más que un medio de entretenimiento, información y publicidad. Con el paso del tiempo se ha convertido en parte de la vida social y cultural de la mayoría de los adultos y niños, no sólo en Estados Unidos, sino en gran parte del planeta. De hecho, la irrupción de la televisión en la vida cotidiana modificó de manera notable la forma en que la gente invierte su tiempo.

Elección de formato

Espacio de la imagen del formato 1080i es obviamente superior, pero para cierto tipo de contenidos audiovisuales (imágenes deportivas con movimientos muy rápidos) es más eficaz el 720p.

No obstante, para imágenes cinematográficas ambos formatos son válidos. El dualismo 720p y 1080i actual se resolverá en un futuro próximo con el 1080p (progresivo). Este estándar ya está definido por los organismos de normalización técnica.



Publicidad

Según (*Sara Baño, 2012:3*) expresa. La publicidad de los largometrajes no es comparable a los demás cortometrajes debido a la diferencia de audiencia. La publicidad es ideal si nuestro objetivo es que el corto se proyecte en festivales o si pensamos ponerlo a la venta. Consiste, básicamente, en diseñar elementos que ayuden a distribuir el producto, lo que se conocería como marketing. Se hace un tráiler, carteles publicitarios, las carátulas de los DVD... Tampoco se trata de excedernos en los elementos que vamos a diseñar ya que eso significa gastar dinero que tal vez no volvamos a recuperar. Además, se debe tener en cuenta que estamos hablando de un corto y que no lo va a ver tanta gente como un largometraje, por lo tanto, la publicidad debe ser menor. En general, se trata de diseñar un envoltorio bonito para nuestro producto para llamar la atención de los espectadores.

Cultura Popular

Según (*José Ron, 2009:6*) menciona. La cultura es una identificación de los pueblos indígenas habitadas en diferentes lugares del país, donde recalcan las costumbres y tradiciones de todos los miembros de una sociedad, siendo así todos portadores de cierta cultura trascendental, porque desde la Antigüedad los intentos por definir la cultura se han venido repitiendo sin interrupción en vista, sobre todo, de la

implicación constante que ésta ha mantenido con la vida social. Registrando múltiples y variados conceptos de culturales, que ha venido dando prestigio y renombre a la misma.

Mientras Tanto (*Escalona Velázquez 2012:17*) afirma. La cultura popular tradicional constituye una dimensión que responde a las aspiraciones históricas de un pueblo, comunidad en áreas de la significación y preservación las identidades características y colectivas, tradiciones, normas, valores sociales, creencias y sobre todo el patrimonio cultural y saberes ancestrales. Las transformaciones culturales generan impacto en el quehacer cultural de las comunidades generándose cambios y alternativas para el beneficio y la calidad de vida de los comunitarios.

En este sentido la cultura popular tradicional desempeña un papel importante en las acciones a ejecutar pues en ella se encuentran sustentados los sentimientos y valores que caracterizan un grupo determinado, cuya convivencia ha trascendido y dejado huellas a través de la historia.

La Importancia de la Cultura

Según (*CUNUAY, Manuel. 2007:18,11*) Expresa que: La importancia de la cultura es la creación del mismo que le permite expresar a un determinado grupo humano, la cultura es el trabajo que realizan dando a conocer su destrezas y habilidades; que poseen cada individuo sus tradiciones, elementos, formas de pensamiento y todo esto hace que forme parte de un grupo social en la cual puede dar a conocer su idioma, educación, costumbre, saberes, conocimientos, identidad, medicina, la naturaleza, territorio, el desarrollo en un medio físico y social.

La cerámica como artesanía en el Ecuador

Realizar un repaso por la historia de la cerámica, obliga a remontar al dominio del fuego por el hombre, hace 25.000 años. Las primeras creaciones fueron objetos rituales, conocido como materiales cerámicos en la arquitectura.

Según (*Braham Bris, 2003*) menciona: “La cerámica es un proceso de elaboración comenzaba mezclando la arcilla con desperdicios vegetales, después se les daba forma, volumen mediante moldes para luego ser llevados al horno montados junto a las construcciones. Con la evolución de las técnicas decorativas se pasó de las pinturas en bajo relieve en la cara vista de los ladrillos a las planas sobre ladrillos vidriados y, posteriormente, a los de bajo relieves sobre los ladrillos vidriados.

Según (*Ministro de Comercio Exterior*) afirma que: En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región. Es el caso de la paja toquilla para la elaboración de los sombreros, la tagua para elaborar preciosas bisuterías, adornos y hasta joyas combinadas con plata, la cerámica para elaborar artículos de utilidad doméstica como es el florero, cazuelas, ponedos, vasijas, tejas etc. Además de materiales provenientes del mar como la concha spondylus de color rojo coral llama la atención para la elaboración de joyas, cuyas artesanías que encontramos en diferentes provincias del país que ha venido dando prestigio en el ámbito turístico.

Parroquia La Victoria

Según (*Municipio de Pujilí: 2016*) menciona: La parroquia de La Victoria por su actividad y producción, se le conoce como la capital alfarera de la provincia de Cotopaxi, se encuentra ubicada a 10 Km. al occidente de Latacunga y a 3 Km. al norte de Pujilí. La Alfarería tiene su origen en el barrio el tejero hace algunos años cuando instalaron una fábrica de cerámica en la que trabajaron algunos artesanos del lugar, quienes aprendieron elaborar objetos cerámicos. Con el paso del tiempo y

cuando los misioneros se fueron, dichos artesanos pusieron sus propios talleres en los que predominó la producción juguetera, tejas y tejuelos, hasta los artículos utilitario y decorativo: como las tinajas, pundos, ollas, vajillas, ceniceros, macetas, alcancías, etc.

Últimamente y gracias al emprendimiento de algunos artesanos se ha tratado de mejorar la calidad, introduciendo técnicas modernas especialmente en la elaboración, acabado y pintura de los objetos de tipo decorativo que hoy en día tienen una aceptación en cualquier parte de nuestro país y fuera de él. Entre los objetos que se puede admirar en el mercado tenemos: cuadros, figuras diversas, esculturas únicas, vasijas, máscaras, danzantes, etc.

Por otro lado (*Diario la Hora 2016*) afirma: La Victoria es su inmensa promoción y conocimiento a nivel provincial, nacional e internacional, la gente se ha encargado de posicionar las artesanías.

Este lugar comprende características importantes en cuanto al trabajo alfarero de la cerámica la habilidad de moldear la arcilla, ha permitido que se fabrique una gran variedad de artesanías destinadas a uso doméstico, a la construcción y decorativo con gran aceptación dentro y fuera del país.

La cerámica como artesanía en Cotopaxi (Pujilí - La Victoria)

Según (*Municipalidad de Pujili 2016*) menciona: Esta tradición ha sido considerado un pueblo alfarero, la parroquia de La Victoria, por su actividad y producción, es la capital alfarera de la Provincia de Cotopaxi; está asentada en la antigua Hacienda de Mulinliví, que tiene entre sus habitantes un gran número de familias dedicadas a la elaboración de piezas utilitarias en barro. Existen varias familias que desde tiempos inmemoriales fabrican piezas de alfarería para el desarrollo del lugar.

7. OBJETIVO GENERAL

- Elaborar el cortometraje publicitario de la parroquia La Victoria, con la finalidad de promover y difundir la feria artesanal de la cerámica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Recopilar la información pertinente sobre la feria de cerámica de la parroquia La Victoria, que sirva de base para armar el guión del cortometraje publicitario.
- ❖ Elaborar un guión para la obtención de material audiovisual, que permita tener una guía general para realizar las filmaciones de las escenas.
- ❖ Producir un cortometraje mediante un plan de rodaje utilizando herramientas técnicas y científicas del diseño gráfico, tanto conceptuales y de aplicación idóneas.
- ❖ Validar el proyecto para verificar el grado de aceptabilidad por parte de las autoridades competentes, artesanos y población.
- ❖

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

Tabla 1: Actividades Objetivos

Objetivo 1	Actividad	Resultado de la	Descripción de la metodología por

		actividad	actividad
Recopilación de información sobre la feria de cerámica	Investigación bibliográfica y de campo.	Obtener información veraz para realizar el guión	- Entrevista a las personas con conocimiento de causa, - Encuesta con los artesanos de la Victoria.
Realizar un guion	Guión literario Guión Técnico Storyboard.	Obtención de un guion perfecto para realizar el rodaje	Método de guión de Sara Baño 2012
Producción	Plan de rodaje Reproducción Producción Posproducción	Cortometraje publicitario	Método Bruno Munari
Validación del proyecto	Socialización del producto mediante un grupo objetivo	Determinar el nivel de grado de aceptación	Grupo focal

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

9. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

COSTOS DIRECTOS.

Tabla 2: Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD.
Útiles de oficina	30
Foto copias de libros	40
Internet	50
Impresiones	30
Filmación , creación de guiones y plan de rodaje	1500
Edición de video y postproducción del cortometraje	1000
Manejo de identidad	500
Posicionamiento de marca mediante plataformas virtuales	2000
Producción del Cortometraje en medios masivos	600
Total	5,750

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

COSTOS INDIRECTOS

Tabla 3: Costos Directos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Alimentación	35

Transportes	50
Total	85

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

PRESUPUESTO GENERAL

Tabla 4: Presupuesto General

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Costos Directos	5,750
Costos Indirectos	85
Imprevistos	100
Total	5.935

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

COTIZACIÓN TENTATIVA

Tabla 5: Cotización Tentativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Trabajo Intelectual	1000
Costos de producción del proyecto	5.935
Total	6.935

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

10. DISEÑO EXPERIMENTAL Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Antecedentes históricas de la Parroquia la Victoria

La parroquia La Victoria está ubicada a 10 Km. al occidente de Latacunga y a 3 Km. al norte de Pujilí, su cabecera cantonal.

Según (Hugo Vaca) Presidente de la Asociación de Artesanos de la Victoria, menciona que la feria de cerámica tuvo cabida hace ocho años atrás, cuando exponían sus trabajos solo cuando les visitaban autoridades competentes del cantón y la provincia, desde ahí nace la idea de dar a conocer sus artesanías elaboradas a mano, dentro y fuera de su comunidad, esto llevo a que los alfareros saquen sus productos a la ciudad de Latacunga, Ambato para venderlos convirtiendo así en el sustento económico de todo los habitantes que elaboraban este tipo de trabajo.

Todo esto empezó gracias a la visión de un Sacerdote de la parroquia (Edgar Wilcahuano) quien les incentivo a un pequeño grupo de artesanos a exponer la feria de cerámica a la entrada del lugar, que tuvo una excelente acogida por parte de la ciudadanía.

10.1 METODOLOGÍA DE TRABAJO DE CAMPO

El presente trabajo de campo tiene como finalidad la aplicación de conceptos importantes de los trabajos significativos de la feria artesanal en cerámica, que están orientadas a las discusiones más recientes, y de los métodos en la investigación, llevados a cabo en la parroquia La Victoria

Método deductivo

Mediante la aplicación de este método se permitió concebir las diferentes actividades y atractivos culturales existentes en la parroquia de La Victoria, el cual dio lugar al proceso de investigación

Método analítico

Este método permitió analizar la información recopilada sobre la historia, costumbres, tradiciones y sus variedades en artesanías en cerámica, sirviendo como base para el desarrollo del proyecto.

Método Científico

Este procedimiento recaudo información del lugar paso a paso de cada uno de los tipos de artesanías en cerámica encontrados, siendo necesario aplicar este método para poder garantizar el desarrollo del cortometraje publicitario.

10.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Bibliográfica

Mediante esta investigación se recopiló datos para la realización de un cortometraje publicitario sobre la feria Artesanal de la cerámica de finados en la parroquia La Victoria, con fundamentos teóricos de diferentes.

Investigación Descriptiva

Mediante esta investigación permitió conocer directamente los datos, características y actividades que se realizan diariamente en el sector artesanal de la parroquia La Victoria.

Investigación De Campo

Mediante esta investigación nos permitió analizar la información existente de las ferias artesanales realizadas en el mes de noviembre de la parroquia La Victoria.

La investigación fue aplicada para comprender y dar a conocer los valores culturales y ancestrales de la parroquia La Victoria cantón Pujilí. Donde el trabajo de uno de ellos es en el ambiente natural donde conviven las personas de manera espontánea y más relevante, ayudándonos así a analizar y poder interpretar a cada uno.

10.2 Técnicas de investigación

10.2.1 La entrevista

Esta técnica se utilizó orientada para recabar información fiable de una forma interrogativa sobre el problema investigado, mediante formulario de preguntas, aplicado como principales autores al Sr. Hugo Vaca presidente del gremio del artesano, y por culminar al Sr. Iván Rubio Vocal principal del Gad. Parroquial de La Victoria con un dialogo directo que se aportó de gran utilidad para el desarrollo del proyecto investigativo siendo las personas idóneas del conocimiento del tema relatado.

10.2.2 La encuesta

Técnica que se utilizó para recopilar datos de valor sobre la feria artesanal de la cerámica en el sector, a través de un cuestionario escrito que se aplicó a las personas que conforman el gremio de artesanos de la parroquia La Victoria que aportó además información real y fiable para el desarrollo del proyecto investigativo presentado. Esta técnica nos ayudará a visibilizar los problemas que se presenta en la vida cotidiana de cada artesano alfarero al realizar una pieza de cerámica o a su vez su exposición y comercialización presentadas en el transcurso del año.

10.3 Población y tamaño la muestra

10.3.1 Población

La población tomada en cuenta para la investigación es de 126 personas que constan en el Gremio de Artesanos de la Parroquia La Victoria, de cual se ha aplica las encuestas para recoger información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Tabla No. 3 Población

Población	Numero
Gremio de Artesanos de la Parroquia la Victoria del Cantón Pujilí.	126
TOTAL	126

Fuente: *Gremio de Artesanos de la Parroquia de la Victoria.*

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Muestra

Siendo la población superior a 100 datos, para calcular la muestra se aplica la siguiente fórmula.

Fórmula:

n= Tamaño de muestra PQ= Constante de muestreo (0.25) N= Población E= Error admitido (1 a 10%) K= Constante de corrección (2)

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \frac{(E)^2}{K} + PQ}$$

Datos:

$$n = ?$$

$$PQ = 0,25$$

$$N = 126$$

$$E = 10 \% = 0,01$$

$$K = 2$$

Equivalencias:

n = tamaño de la muestra

PQ = constante de la muestra 0,25

N = población

E = error que se admite (variando del 1 al 10%)

K = constante de corrección 2

El tamaño de la muestra se obtendrá aplicando los siguientes datos:

Fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1) \left[\frac{E}{K} \right]^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 126}{(126-1) \left[\frac{0,01}{2} \right]^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{31,5}{(125) \left[\frac{0,01}{2} \right]^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{39,5}{0,3125 + 0,25}$$

$$n = \frac{31,5}{0,5625}$$

$$n = 56$$

10.3.2 HIPOTESIS

¿Un cortometraje publicitario es un medio comunicacional adecuado para promover y difundir la feria de la cerámica en la parroquia de la Victoria Cantón Pujilí?

10.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez realizadas cada una de las preguntas de las encuestas realizadas se determina la factibilidad de la elaboración de cortometraje publicitario de la feria de cerámica en la parroquia La Victoria cantón Pujilí, con la finalidad de fomentar y visualizar la riquezas culturales de nuestros ancestros, de una manera práctica, fácil e interesante, contribuyendo al desarrollo de la investigación, resaltando las distintas habilidades, técnicas y procesos empleados, con una gama de modelos, tamaños y colores para la comercialización que al pasar de tiempo se han ido desvalorizando por adoptar diferentes culturas extranjeras. Llevándose a cabo, mediante técnicas de recolección de datos en los distintos barrios de dicha parroquia, concluyendo así con un análisis profundo del entorno de la producción alfarera, a continuación se detalla el análisis y tabulaciones de los resultados obtenidos, que se presenta a través de tablas estadísticas que permite conocer la información utilizando datos y diagramas en pastel.

10.4.1 ENCUESTA APLICADA AL GREMIO DE LOS ARTESANOS PARA ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA LA VICTORIA CANTÓN PUJILÍ.

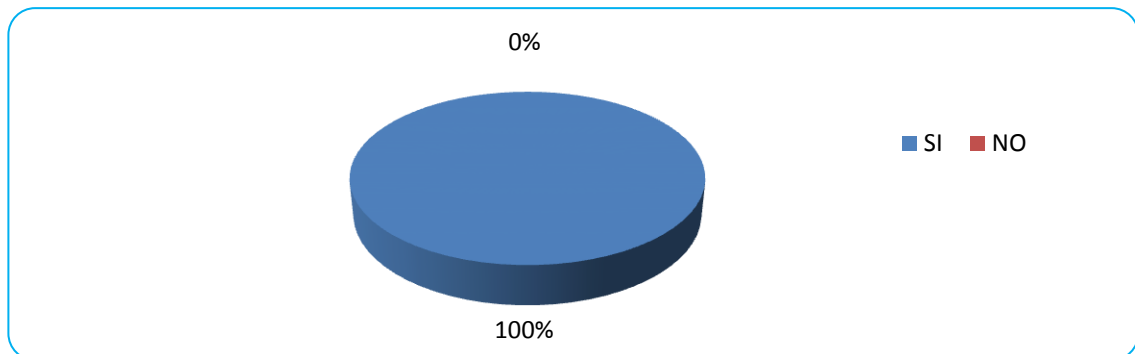
1 ¿Conoce Ud. Sobre la feria artesanal de finados de la Parroquia Victoria?

Tabla 6: Análisis y Resultado, Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	56	100%
No	0	0%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 1: Pregunta 1



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Las encuestas realizadas a las personas del gremio de artesanos de la parroquia la Victoria, muestran exitosamente el 100% de cada uno de ellos tener conocimiento sobre la feria artesanal de la cerámica realizada en el mes de noviembre. Resultado que muestra gran conocimiento de la feria artesanal sirviendo de base para la aplicación del proyecto.

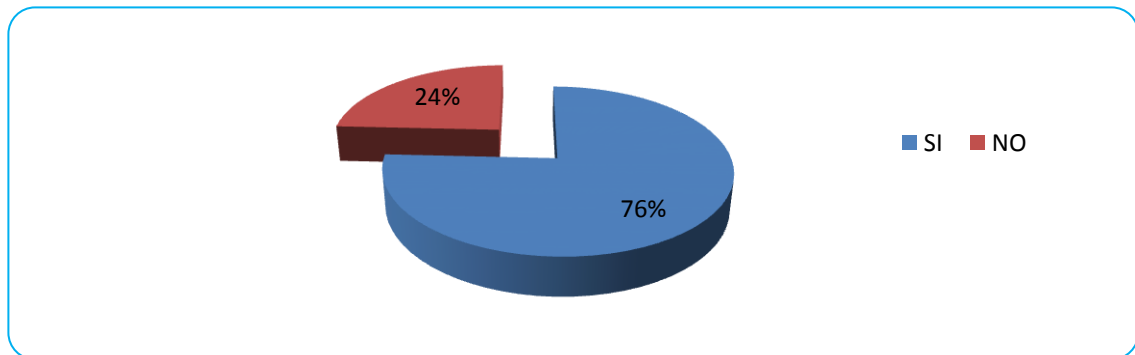
2 ¿Cuándo Ud. Visita la feria artesanal de cerámicas en la Parroquia la Victoria, realiza alguna compra?

Tabla 7: Análisis y Resultado, Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	76%
No	16	24%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Figura # 2: Pregunta 2



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

El 76% de las personas encuestadas mencionan haber participado en uno u otra feria relacionada de cerámicas ya sea como expositores o turistas, permitiendo ampliar sus conocimientos, así mismo haber realizado una compra y un 24% de ellos manifiesta no haber participado en otras ferias de cerámicas mucho menos realizado la compra de un objeto de cerámica.

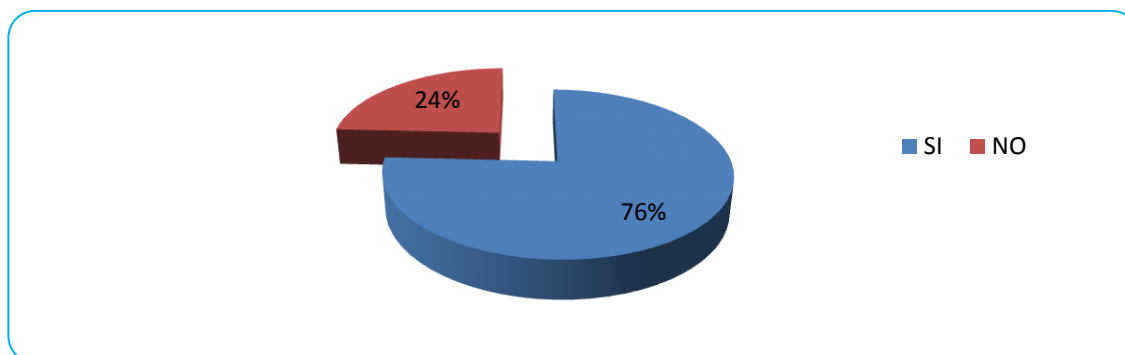
3 ¿Le gustaría que se promocióne la feria artesanal de cerámicas de la parroquia la Victoria, para los turistas y habitantes de la región?

Tabla 8: Análisis y Resultado, Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	76%
No	16	24%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 3: Pregunta 3



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

El 76% de las personas encuestado manifiesta que sería factible que se promocióne la feria artesanal de la cerámica, sea dentro y fuera de la provincia y del país, mientras que el 24% muestran no estar de acuerdo por la inexistencia de conocimientos sobre los beneficios que brinda la publicidad. Estos resultados se puede observar claramente que es importante promocionar.

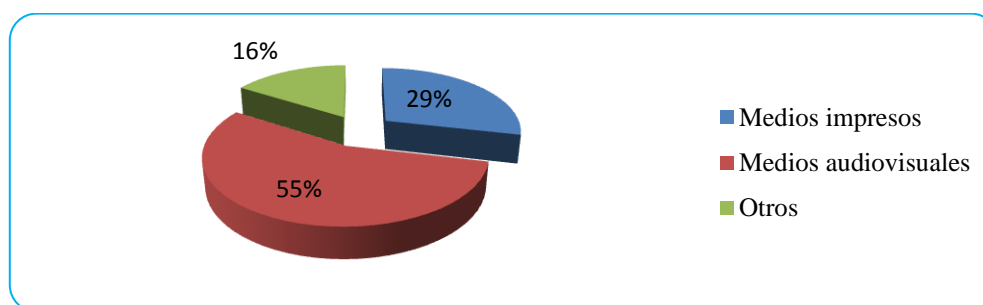
4 ¿Por qué medios le gustaría que se promocionara la feria artesanal de las cerámicas de la Parroquia la Victoria?

Tabla 9: Análisis y Resultado, Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medios impresos	16	29%
Medios audiovisuales	31	55%
Otros	9	16%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Figura # 4: Pregunta 4



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Estos datos permite recabar que el 29% consideran el medio factible a considerar es el medio impreso, el 16% sugieren otro forma de publicitar la feria artesanal de la cerámica y mientras que el 55% coinciden que la mejor estrategia para promocionar un producto son los medios audiovisuales. Por lo tanto se determina que mediante los medios audiovisuales son mayor vistosos por la ciudadanía.

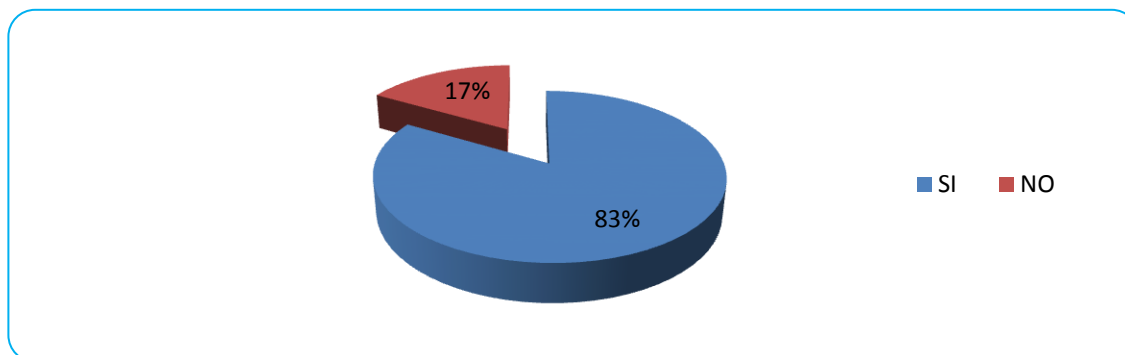
5 ¿Conoce algún medio audiovisual de cortometraje publicitario que se haya realizado en otros lugares?

Tabla 10: Análisis y Resultado, Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	84%
NO	11	16%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 5: Pregunta 5



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

El 83% del gremio de artesanos manifiestan que si conocen el cortometraje publicitario, es un medio audiovisual que sirve para difundir y el 17% expresan que no conocen un medio audiovisual. Esto nos permite identificar que un cierto porcentaje de la población desconocen la importancia y los beneficios de un medio audiovisual para publicitar un producto.

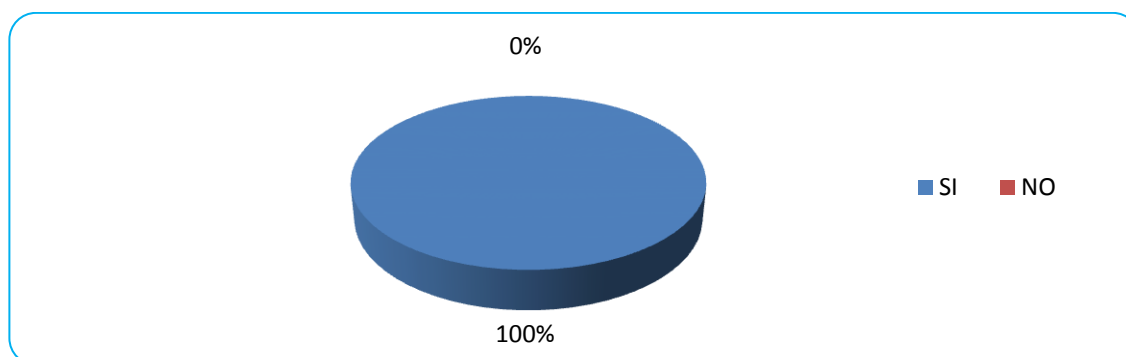
6 ¿Considera que debería existir un cortometraje publicitario para promocionar la feria artesanal de las cerámicas en la parroquia la Victoria?

Tabla 11: Análisis y Resultado, Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	100%
NO	0	0%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Figura # 6: Pregunta 6



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Es evidente que todo el grupo de personas del gremio de artesanos concuerdan con el 100% que debería existir un cortometraje publicitario que promocioe la feria artesanal de la cerámica de la parroquia de La Victoria, pues esta contribuiría a la difusión de la misma a los turistas y ciudadanía en general, logrando mayor acogida y comercialización de las piezas cerámica.

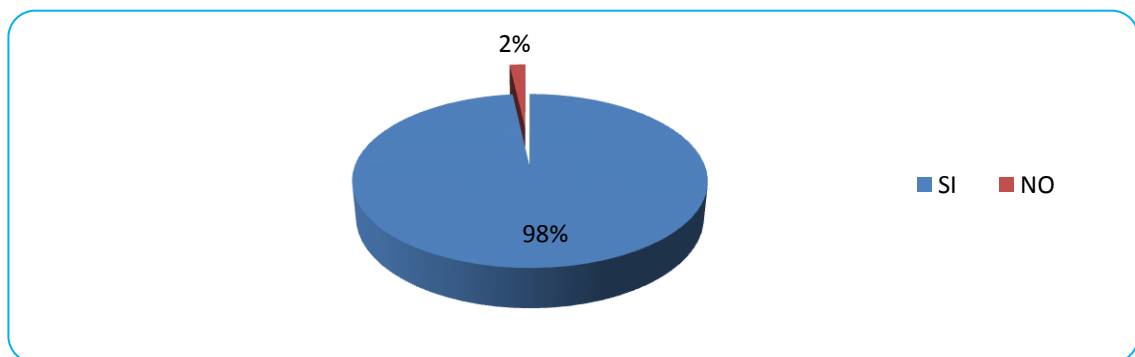
7 ¿Cree Ud. Qué la elaboración del cortometraje publicitario permitirá incentivar la feria artesanal de las cerámicas en la parroquia la Victoria?

Tabla 12: Análisis y Resultado, Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	98%
NO	1	2%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 7: Pregunta 7



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Se puede dar cuenta que casi en su totalidad hay una mayor aceptación, que la elaboración de un cortometraje publicitario permitirá impulsar las artesanías de cerámicas existentes que es un 98% de los encuestados, y un 2% menciona que la elaboración de un cortometraje publicitario no permitirá incentivar las artesanías de la parroquia. En base dado estos resultados de la encuesta se considera que la elaboración de un cortometraje publicitario permitirá incentivar las artesanías.

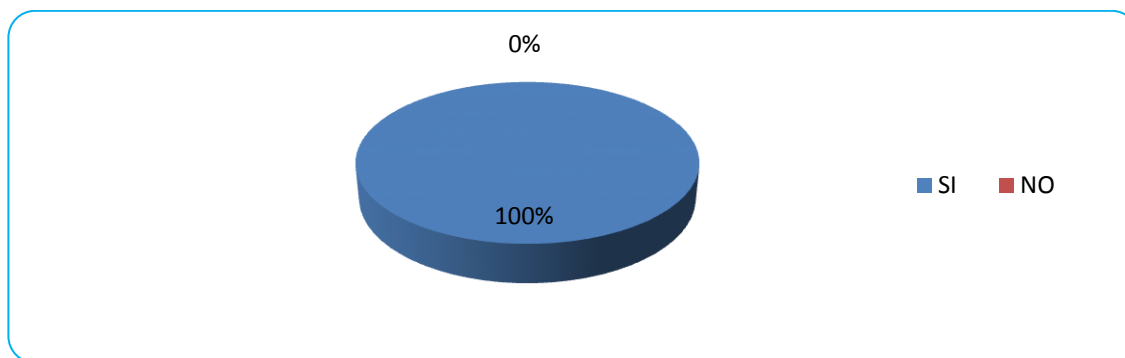
8 ¿Cree Ud. Que mediante un cortometraje publicitario de la feria artesanal de las cerámicas, visualice nuevos mercados?

Tabla 13: Análisis y Resultado, Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	100%
NO	0	0%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 8: Pregunta 8



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

De los resultados obtenidos la mayoría afirman en su totalidad la aceptación de la propuesta de realizar un cortometraje publicitario para la apertura de nuevos mercados, la que contribuirá mayor ingreso para cada artesano tomando en cuenta que la cerámica es un sustento de vida de la parroquia.

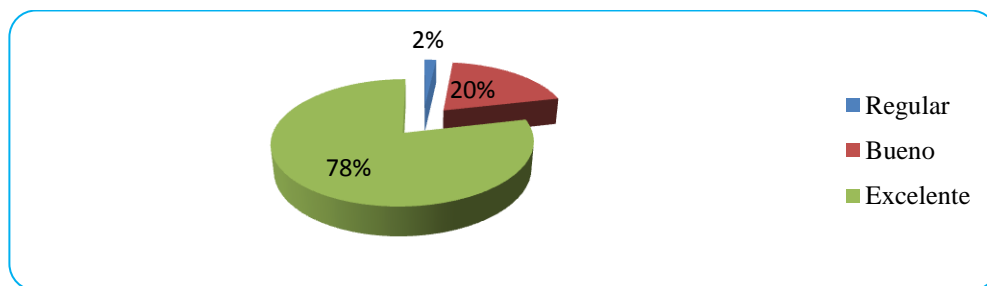
9 ¿Cómo calificaría en términos generales la elaboración de un cortometraje publicitario de la feria artesanal de las cerámicas en la parroquia la Victoria?

Tabla 14: Análisis y Resultado, Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	1	2%
Bueno	11	20%
Excelente	44	78%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 9: Pregunta 9



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

De acuerdo a la encuesta un 2% del gremio de los artesanos califica como regular la realización de un cortometraje publicitario, y un 20% consideran como bueno la elaboración del mismo, mientras tanto con un alto porcentaje de las personas exponen en terminos generales como excelente la ejecución de un cortometraje publicitario para la difusión de la feria artesanal de la cerámica de la parroquia La Victoria. Resultados que nos orientaron para el desarrollo de la propuesta.

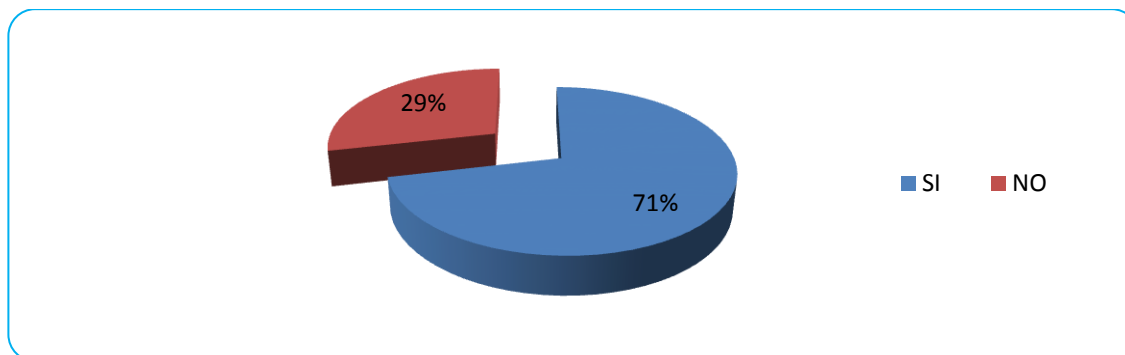
10 ¿Las autoridades del Sector se han preocupado en difundir la exposición, venta y comercialización de la feria artesanal de las cerámicas en la parroquia La Victoria?

Tabla 15: Análisis y Resultado, Pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	71%
NO	16	29%
TOTAL	56	100%

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Figura # 10: Pregunta 10



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

El 71% de las personas encuestados manifiesta que las autoridades del sector si se han preocupado por difundir la comercialización y ventas de las piezas elaboradas que se expone en la feria artesanal de la cerámica, mientras que el 29% comentan la despreocupación de las autoridades en no difundir la feria artesanal. A través de los resultados obtenidos de la encuesta se concluye que las autoridades no se preocupan en promover la feria en cerámica de la parroquia la Victoria se den en su totalidad.

10.4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS AL PRESIDENTE Y MORADORES DE LA COMUNIDAD DE LA PARROQUIA LA VICTORIA CANTÓN PUJILÍ

Señor. Hugo Vaca (Presidente de la Asociación de Artesanos)

1.- ¿Hábleme acerca la feria de la cerámica realizada en la parroquia la Victoria?

La feria de cerámica se dio por primera vez hace 8 años atrás, cuando exponían sus trabajos solo cuando les visitaban autoridades competentes del Cantón y la provincia, desde ahí nace la idea de dar a conocer sus artesanías elaboradas a mano, dentro y fuera de su parroquia, esto llevo a que los alfareros expongan, comercialicen todos los trabajos realizados en cerámica convirtiéndose en un sustento económico de los habitantes.

2.- ¿Cree que las vías de acceso a la parroquia, están en buen estado para poder ingresar o exponer, vender y comprar las cerámicas?

Las vías de acceso para ingresar a la parroquia son de primer orden, lo que permite que las personas visiten con mayor facilidad y puedan adquirir los artículos de artesanías en cerámica elaboradas por los artesanos, manifiesta que es de vital importancia realizar vías alternas para descongestionar el tráfico que se forma con la visita de los turistas durante la feria.

3.- ¿Conoce a los Alfareros de la parroquia?, comente sobre su trabajo que ellos realizan?

Si conoce a todos los alfareros, que se dedican a realizar las artesanías utilizando la arcilla que es su materia prima para elaborar la cerámica utilitaria que está relacionado con todos los utensillos de cocina, ollas encantadas, floreros, vasijas decorativas, alcancías, hornos para realizar asados etc.

4.- ¿En el transcurso del año la feria de la cerámica que se presenta, en qué mes es mayor su comercialización de las cerámicas?

En el mes de noviembre denominado como la feria de finados es donde tienen mayor comercialización de todos los productos de cerámica, ya que tiene una duración de 5 días laborables donde cada uno de los artesanos exhibe sus trabajos mediante stands.

5.- ¿Describa las cerámicas más relevantes de la Victoria, cuál es su importancia?

La importancia es que todos los trabajos son elaborados artesanalmente, contando con destrezas y habilidades en sus propias manos, esta tradición se ha venido trascendiendo desde años atrás puesto que ha venido dando prestigio y renombre a la parroquia de la Victoria.

6.- ¿Cuáles son las cerámicas que mayor se venden en las ferias presentadas en la Victoria?

Las cerámicas que mayor comercialización tienen en la feria realmente son todos, porque son productos elaborados para la utilidad doméstica.

7.- ¿Relate algunas ferias de cerámicas visitadas que lo impresionó y que se debería implementar para mejorar su parroquia?

Si ha visitado otras ferias, en la ciudad de Cuenca y Santa Elena detalla que se impresiono mucho por la organización y el apoyo de las autoridades que tienen para difundir las artesanías elaboradas de cada una de los lugares mencionados, por esa razón sería de vital importancia que se implemente ese tipo de gestión para obtener un recinto ferial teniendo así un mejor desarrollo en beneficio de todos los habitantes.

8.- ¿Qué tipo de personas internas o externas adquieren más las cerámicas?

Los turistas nacionales son las que más adquieren los artículos elaborados en cerámica, siendo productos de necesidad domésticas que son utilizados en restaurante.

9.- ¿Qué características tiene la feria de cerámica de la Victoria con relación a la de Pujilí?

Se afirma relativamente que son muy diferentes no tienen ninguna de relación, porque las artesanías del cantón Pujilí se basa en tallados, cuadros, máscaras y jugueterías, en cambio la parroquia La Victoria se basa más en elaborar artículos de uso doméstico como: floreros, maseteros, cazuelas, horno para asados, ollas, tejas y todo lo relacionado con la cerámica.

Sr. Iván Rubio vocal principal del Gad parroquial de la Victoria

1.- ¿Hábleme acerca la feria de la cerámica realizada en la parroquia La Victoria?

La feria de cerámica se ha realizado durante 8 años consecutivos, donde los artesanos exponen sus artesanías elaboradas a mano mediante stands, que ha permitido ser reconocida por algunas provincias del país.

2.- ¿Cree que las vías de acceso a la parroquia, están en buen estado para poder ingresar o exponer, vender y comprar las cerámicas?

Las vías de acceso del ingreso principal está en perfectas condiciones hasta el centro de la parroquia, pero tiene un problema de accesibilidad vial para llegar al barrio el Tejar, donde se encuentra varios talleres de artesanías que no pueden ser visitados por los turistas.

3.- ¿Conoce a los Alfareros de la parroquia? Comente sobre su trabajo que ellos realizan?

Comenta que conoce a todos los alfareros, el trabajo de los alfareros es muy sacrificado en el proceso de elaboración de las artesanías que sacan para comercializar a las personas que visitan su parroquia, a través de ello permite que los habitantes dedicados a elaborar dicho producto solvente las necesidades de sus familias.

4.- ¿En el transcurso del año la feria de la cerámica que se presenta, en qué mes es mayor su comercialización de las cerámicas?

Se afirma que tienen dos épocas durante el año que se comercialice en gran cantidad los productos de artesanías, es en la fiesta de la cerámica que es ejecutada en carnaval y en el mes de noviembre más conocido como la feria de finados que tiene una duración de 5 días laborables donde cada uno de los artesanos exhibe sus trabajos mediante stands, también se impulsó a realizar la feria navideña en donde tuvieron una acogida favorable, esto ha permitido que se difunda más las artesanías de la parroquia

5.- ¿Describa las cerámicas más relevantes de La Victoria, cuál es su importancia?

Todos los trabajos elaborados artesanalmente son de vital importancia, que cuentan con destrezas y habilidades en sus propias manos, esta cultura se ha venido trascendiendo durante años atrás.

6.- ¿Cuáles son las cerámicas que mayor se venden en las ferias presentadas en La Victoria?

Las cerámicas que mayor comercialización tienen en la feria realmente son todos, porque son productos elaborados para la utilidad doméstica.

7.- ¿Relate algunas ferias de cerámicas visitadas que lo impresionó y que se debería implementar para mejorar su parroquia?

Si ha visitado otras ferias, en otras provincias del país, impresionando mucho la organización y el apoyo de las autoridades que tienen para promocionar las artesanías mediante la participación de ferias culturales a nivel nacional e internacional.

8.- ¿Qué tipo de personas internas o externas adquieren más las cerámicas?

Los turistas nacionales especialmente la ciudad de Quito son las que más adquieren los artículos elaborados en cerámica, ya que son productos de necesidad doméstica que son utilizados en restaurantes.

9.- ¿Qué características tiene la feria de cerámica de la Victoria con relación a la de Pujilí?

Se afirma relativamente que son muy diferentes no tienen ninguna relación, porque las artesanías del cantón Pujilí se basa en tallados y cuadros de paisajes, en cambio la parroquia La Victoria, se basa más en elaborar artículos de variedad como: floreros, maseteros, cazuelas, horno para asados, ollas, tejas y todo lo relacionado con la cerámica.

10.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA CREATIVA

La propuesta creativa está basada en la metodología del diseño de BRUNO Munari para el desarrollo del ELABORACION DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA DE LA PARROQUIA LA VICTORIA CANTÓN PUJILÍ

En los últimos años la feria artesanal de la cerámica en la parroquia La Victoria ha ido creciendo en diferentes formas a través de exposiciones que se presenta a nivel provincial y nacional con una adecuada organización y selección de piezas a exhibirse como personas capacitadas del gremio del artesano que les represente que

pueden convertirse en trascendentales atractivos turísticos que motiven mucho más las visitas de turistas nacionales y extranjeros.

Es por eso que, se presenta la siguiente propuesta en la cual está plasmado el cortometraje publicitario para difundir la feria de la cerámica de la parroquia La Victoria cantón Pujilí provincia de Cotopaxi. De esta manera se contribuye con un valioso aporte cultural a la parroquia, permitiendo así a la conservación y la práctica de elaboración de la cerámica siendo una riqueza ancestral que ha venido dando prestigio y renombre a la misma.

Mediante este proyecto de cortometraje publicitario se estima que se fomente la publicidad de la feria de cerámica en diferentes medios visuales, como Tv y redes sociales enfatizando la apertura de nuevos mercados tanto locales, nacionales e internacionales desarrollando a la parroquia económicamente, convirtiendo en trascendentales atractivos turísticos que motiven la visita de habitantes nacionales y extranjeros.

Recopilación de datos

La investigación realizada mediante las encuestas y entrevistas una técnica que se aplicó a la población de la parroquia La Victoria para recopilar datos e información real y fiable del valor sobre la feria artesanal de la cerámica en el sector, permitiendo visibilizar que no existía un material audiovisual por lo que no les han permitido difundir las artesanías elaboradas en el lugar.

Por ello es de vital importancia llevar a cabo este proyecto de investigación cristalizando un cortometraje publicitario, esto servirá para promover y difundir las artesanías elaboradas por las personas habitadas en la parroquia, ya que como investigadores se palpo el desconocimiento y la falta de información sobre los beneficios que tiene el campo publicitario en la difusión de los servicios turísticos y culturales de la comunidad.

Análisis de datos

Para la recopilación de datos se tomó en cuenta la investigación bibliográfica y de campo mediante la técnica de la encuesta y entrevista que fueron aplicadas a las personas con conocimiento acerca de este tema habitadas en la parroquia La Victoria, por tal razón se utiliza la información fiable y real para el desarrollo del proyecto en el cual hemos encontrado diferentes artesanías elaboradas en el lugar, para lograr visualizar mediante el cortometraje publicitario para promover y difundir la feria de cerámica.

Creatividad

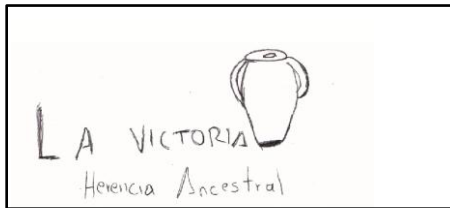
Mediante la información obtenida de testimonios las personas de la parroquia que tratan de promocionar sus productos en forma efectiva a través de un medio publicitario que sea simple y fácil descripción mediante imágenes y colores, esto permitirá tener una excelente forma de comunicar teniendo una percepción eficaz por parte de los seres humanos difundiendo así la feria artesanal de la cerámica. Realizando un isologotipo que comunique la idea propuesta en inicio de un cortometraje publicitario.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ISOLOGOTIPO DE LA FERIA DE CERÁMICA DE LA PARROQUIA LA VICTORIA

El isologotipo es un elemento gráfico que cumple la función de identificar a una identidad y dirigir una marca, el cual utilizaremos para promocionar la feria de artesanías en cerámica de la parroquia La Victoria, que está formado por normas a seguir para el correcto uso de la marca corporativa.

Boceto del Isologotipo

Gráfico 1: Boceto le isologotipo



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Construcción geométrica del logotipo

Permite un manejar de forma fácil mediante una cuadrícula para su construcción y así mantener la proporción correcta de la marca.

Gráfico 2: Construcción Geométrica



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Isologo Digitalizado

Gráfico 3: Isologo Digitalizado



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Tipografía de la propuesta

La elección tipográfica es parte fundamental para el desarrollo de la propuesta, y que es un elemento que aporta con uniformidad y armonía esta debe mantenerse constante, en el diseño del logotipo como texto principal (LA VICTORIA) por esa razón se ha aplicado la tipografía Felix Titling

Gráfico 4: Tipografía Propuesta

LA TIPOGRAFIA DEL LOGOTIPO ES FELIX TITLING	
MAYUSCULAS	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
SIGNOS	.,-°()''''Ç'¿?! ""•%/=
NUMEROS	0123456789
ESTILO	REGULAR

Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Elementos del isologotipo

Gráfico 7: Elementos isologotipo



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Logotipo full color y blanco y negro

Gráfico 8: Logotipo full color y blanco y negro



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Uso del isologotipo permitido sobre versiones corporativos y sobre fondos de color.

Gráfico 9: Isologotipo sobre fondos

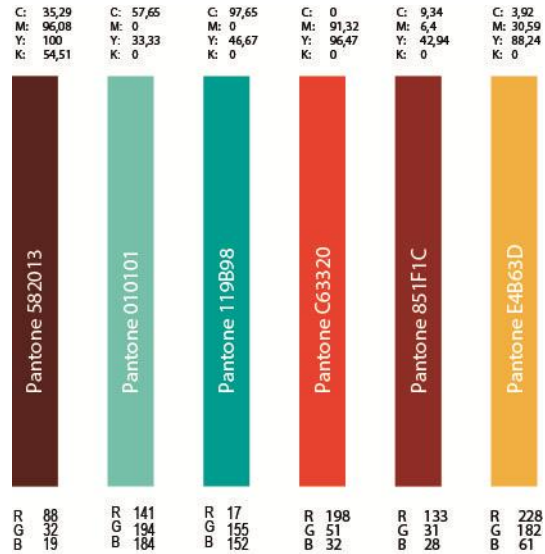


Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Justificación del color

Una vez realizada la normativa de la acotación de los elementos gráficos de la identidad, se continúa con la justificación de los colores corporativos, de todas las formas de comunicación no verbal, el color es la característica más rápida de mensajes y significados. Los colores del logotipo de La Victoria son distintivos de su valor patrimonial y le dan vitalidad a la gráfica.

Gráfico 10: Justificación de color.



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Normalización tamaño

Gráfico 11: Normalización tamaño



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

ETAPAS DE CORTOMETRAJE

PREPRODUCCIÓN

En esta etapa es de vital importancia mencionar el proceso de elaboración del guión del cortometraje, donde se prepara, organiza, determina el equipo técnico, escenarios y los personajes que van a colaborar en la filmación de la película.

Tabla 16: Equipo de Trabajo

Dirección	Producción	Imagen	Arte	Operador de sonido
Asistente	Jefe de	Camarógrafo	Escenografía	Director de sonido
Primer	producción	Ayudante de	Ayudante de	Ayudante de
ayudante	Primer ayudante	Cámara	Escenografía	Sonido
Segundo	Segundo		Vestuario	
ayudante	ayudante		Ayudante de	
			Vestuario	
			Maquillador	
			Peinador	

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

COMPONENTES VISUALES BÁSICOS DURANTE EL RODAJE

Los componentes visuales básicos utilizados en este cortometraje son el espacio, el tono, color, el movimiento y el ritmo.

Espacio

Se debe utilizar tres tipos de espacio visual que son muy importantes, primero el espacio físico que se refiere frente al manejo de la cámara, el segundo, el espacio total como va aparecer en la pantalla, y tercero, la forma y tamaño espacial de la pantalla.

Tono

Se hace referencia al brillo de los objetos en relación con la escala de grises. No se refiere al tono de una escena sarcástica, triste, o el tono de un sonido. Si no al tono de calidad y la definición de las fotografías tomadas a color blanco y negro.

Color

Este proyecto esta trabajado acorde a los colores y ambientaciones que brinda el lugar, siendo utilizados colores cálidos, dinámicos obteniendo así un trabajo de buena calidad, para que el espectador tenga una buena concepción en el momento de reproducirlo el cortometraje. Por esa razón no es recomendable trabajar utilizando colores fríos y fúnebres por que baja la calidad del video.

Luz

En el proceso de filmación es necesario usar la luz del sol o luces artificiales para iluminar objetos, obteniendo la “luz blanca” manteniendo el color real de los objetos encontrados en cada una de las escenas.

Movimiento

Dentro de este trabajo se encuentra tomas con movimiento de cámaras ya sea de objetos, una persona, un animal, una pelota, una silla, un coche, etc. Que permite percibir los detalles de los piezas de artesanías y profundidad de las tomas realizadas en cada uno de los escenarios.

Ritmo

Se puede localizar en objetos inmóviles como fotografías, en objetos en movimiento y en el montaje del video.

GUIÓN LITERARIO

Permite la elaboración en contexto de una historia previamente escrita y planificada donde involucran realizar acciones y actores que dialoguen, todo implica tener un formato establecido como el guión literario que fundamenta al texto que deberá leer el locutor o los locutores.

CORTOMETRAJE "LA FERIA DE CERÁMICA"

Escena 1 Amanecer

Que fue tomada a las seis de la mañana para apreciar la parroquia desde una vista llamada el mirador.

Escena 2 Exterior de la Casa

Nos encontramos en los exteriores de la casa de la familia Olmos. Donde se realiza la filmación del pisado de barro del barro.

Escena 3 Exterior de la Casa

Corte y moldeado del barro para la elaboración de una olla arrocera

Escena 4 interior de la casa

Elaboración de la olla con las manos utilizando técnicas de proceso donde nos relataba la importancia de cada uno de sus trabajos.

Escena 5 interior de la casa

Filmación de los productos terminados que el artesano había elaborado desde altas horas de madrugada.

Escena 6 quemado del horno

En esta parte se aprecia el proceso de quemado de todos los artículos elaborados a mano teniendo una duración de tres horas con la finalidad de obtener un terminado excelente en el barnizado que es puesto encima de cada objeto.

Escena 7 preparación para pintar

En esta escena realizamos la toma donde los artículos elaborados tienen un proceso de pulir dando una textura lisa para luego echar la pintura.

Escena 8 preparación para pintar

Colocación de texturas, pinturas, detalles en los floreros para luego dar un tratamiento de secado para luego sacar a comercializar todos los objetos elaborados.

Escena 9 Preparación de Objetos

En esta parte se visualiza la preparación de objetos mediante moldes elaborados en cerámica, esto les permite innovar creando objetos nuevos y modernos.

Escena 10 Productos Terminados

En esta escena podemos disfrutar la variedad en productos de utilidad doméstica que están lista para comercializar a los turistas tanto nacionales como internacionales.

Escena 11 Final

En esta parte damos un enfoque de los rasgos que tiene cada figura elaborado por los artesanos, que nos permite comunicar a la parroquia de La Victoria como la capital alfarera.

STORYBOARD

Es un guión gráfico que contiene las escenas ilustradas que se filmarán exactamente con los planos cinematográficos de las acciones de los procesos que interactuaran entre sí.

Gráfico 12: Boceto Storyboard

Escena 1



Escena 2



Escena 3



Escena 4



Escena 5



Escena 6



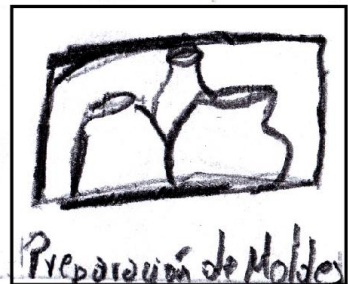
Escena 7



Escena 8



Escena 9



Escena10



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

PRODUCCIÓN

Este método nos permite en primera instancia realizar la idea obtenida de la preproducción, para la realizar el rodaje donde nos permite describir las estrategias, el tiempo de duración del cortometraje, escenarios, iluminación, colores, grabación de imágenes y sonidos previamente planificadas sujetos a horarios y tiempo estimado, que garantiza la claridad y efectividad en cada uno de los procesos de producción.

Planos longitudinales

Para obtener excelentes imágenes, debemos mencionar los diferentes tipos de planos y ángulos utilizados que nos permite apreciar los gestos, movimientos y elaboración de las artesanías captadas en el rodaje del video.

Con la utilización de la cámara y la aplicación de los conceptos vamos a obtener un producto visual garantizado.

Gráfico 13: Escenas



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Gráfico 14: Escenas



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Gráfico 15: Escenas



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Separación tonal

Nos referimos a la iluminación de las escenas con un mayor contraste tonal haciendo que los objetos sean más claros y brillantes.

Utilizar un gran angular

Para obtener un producto visual fue necesario aplicar tomas angulares, de esta manera tenemos un mayor campo de visión y una mayor capacidad para incluir más indicios de profundidad de campo que el resto de ópticas.

POSTPRODUCCIÓN

Esta fase permite concretar la idea audiovisual, revisando todo el material filmado, seleccionando las mejores imágenes, audios y efectos especiales. Que todo proceso lleva y se concentra básicamente en el trabajo digital mediante un ordenador y un software.

Pantalla

El formato de reproducción del cortometraje es necesario aplicar este tamaño, 1080i x 720p de pantalla, obteniendo una mejor visualización en las imágenes, eso incluye las pantallas de cine, de televisión y de ordenador.

Equilibrio de Color

Es necesario editar los colores en el proceso de edición, para mantener un equilibrio del color, porque en la toma realizada siempre existen variaciones de color, por la influencia de la luz natural o artificial.

Gráfico 16: Separación de Colores



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

SECUENCIAS DE ESCENAS.

Para iniciar el proceso del armado visual es necesario tener a la mano los videos procesados junto con el guion técnico.

GUIÓN TÉCNICO

Es método nos ayuda a elaborar la segmentación, secuencia y duración de cada escena predeterminada, identificando el plano, sujeto, objeto, encuadre, movimientos de cámaras, iluminación, sonido y todos los accesorios para realizar la grabación.

Tabla 17: Guión Técnico

GUIÓN TÉCNICO				
No	Plano	Descripción del video	Descripción del audio	Duración
1	Plano General Entero.	Amanecer	Sonido de naturaleza Sonido instrumental.	12”
2	Primer Plano Plano General Ángulos	Pisado de barro	Sonido instrumental Sonido pasos Sonidos golpes Sonido (voz narrativo) “Comienza el amanecer con los colores de la tierra con el trabajo arduo y lleno de pasión ”	47”
3	Plano General Entero.	. moldeado de barro	Sonido instrumental Sonido golpes Sonido Audio (voz	22”

			Narrativo) <i>“Las avilés manos que con experiencia van forjando su identidad</i>	
4	Plano general Plano detalle Plano contrapicado	Elaboración de olla	Sonido instrumental Sonido Audio (Voz narrativa), <i>cultural que prevalecerá a través de los tiempos y sus pasos revitalizan su espíritu la belleza viene del corazón que se derama por los dedos de un alfarero.</i>	12”
5	Plano primerísimo plano Movimiento de cámara	Productos elaborados	Sonido instrumental	12
6	Primer plano	Quema de barro	Sonido instrumental	10”

	Plano detalle Plano contrapicado		Sonido Audio (VOZ) <i>Tierra del oro negro que con fuego se fusionan en lo más profundo para dar forma final a la habilidad de sus manos y disfrutar del aroma del barro.</i> Sonido quema de leña	
7	Primerísimo plano Plano detalle	Lijado	Sonido instrumental Sonido de lija	23''
8	Primerísimo plano Movimiento de cámara Angulo Profundidad Plano picado y contrapicado	Texturizado	Sonido instrumental Sonido Audio (VOZ) <i>Desde 1935 a permanecido intacto los conocimientos ancestrales que a trascendido y pasado fronteras colocando a la Parroquia en lo más alto.</i>	47''

9	Primer plano Plano detalle Movimiento de cámara	Creación en moldes las artesanías	Sonido instrumental	5''
10	Plano general Movimiento de cámara	Productos terminados	Sonido instrumental	10''
11	Plano detalle Plano general Angulo profundidad	final	Sonido instrumental Sonido instrumental Sonido Audio (VOZ) <i>Feria artesanal de la cerámica, la victoria te espera.</i>	10''

Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Edición del video.

En esta parte se encuentra el desarrollo y la utilización de las herramientas que tiene nuestro software para realizar la edición, es importante tener un ordenador con una excelente capacidad de memoria virtual, para evitar contratiempos en la edición.

Gráfico 17: Edición de Audio & Video



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Voz en Off

Para obtener una voz en off de alta calidad se recomienda realizar en un estudio de grabación profesional, obteniendo la narración auditiva limpia, precisa para incorporar en las escenas que sea recomendable usar de acuerdo a los gesto de los actores de la película.

Recorte de clips de vídeo y audio en las líneas de tiempo

Los clips de vídeo y audio se pueden recortar directamente en la línea de tiempo o mediante la edición del código de tiempo duración en el panel propiedades.

Gráfico 18: Recorte de video en la línea de tiempo

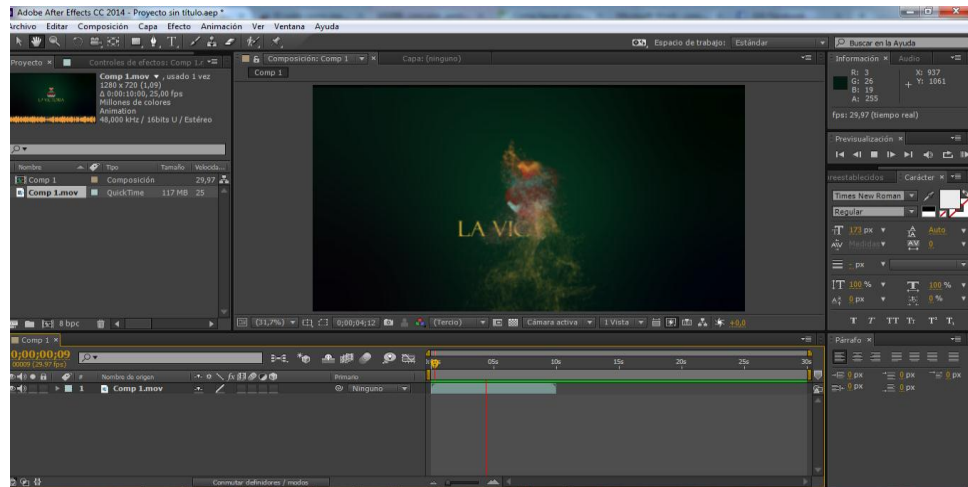


Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Efectos

En un video de cortometraje es de vital importancia utilizar efectos especiales, como en el intro que es la parte primordial de la presentación de un proyecto, a la vez puede usar en las escenas que creyera conveniente, permitiendo así, obtener una composición audiovisual bien definida.

Gráfico 19: Aplicación de efectos



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Exportación de Video

Este proceso permite visualizar los formatos de salida de renderización de un proyecto de video terminado como es: Televisión, YouTube y otros, obteniendo una reproducción de video a una calidad excelente.

Gráfico 20: Exportación de video



Elaborado por: Azogue, Gullsqui

Formato de Video

Este códecs nos permitirá dentro de la estructura obtener el equilibrio de la calidad de un video, y la cantidad de datos necesarios, por esta razón es necesario utilizar estos formatos.

H.264

También conocido como MPEG-4 AVC, este códec provee alta calidad de codificación y decodificación para aplicaciones de transmisión de video en tiempo real, siendo el formato más recomendable para difundir en los medios televisivos.

X264

Este formato se debe utilizar en caso que se requiera una mayor calidad y compresión a resoluciones que el H.264. Ofreciendo la mejor calidad al menor tamaño de archivo posible.

EXPERIMENTACIÓN

En este punto permite descubrir nuevos usos a la posibilidad de facilitar la realización del cortometraje publicitario aportando al diseño, narración y la composición visual para mayor detalle e interpretación de la propuesta.

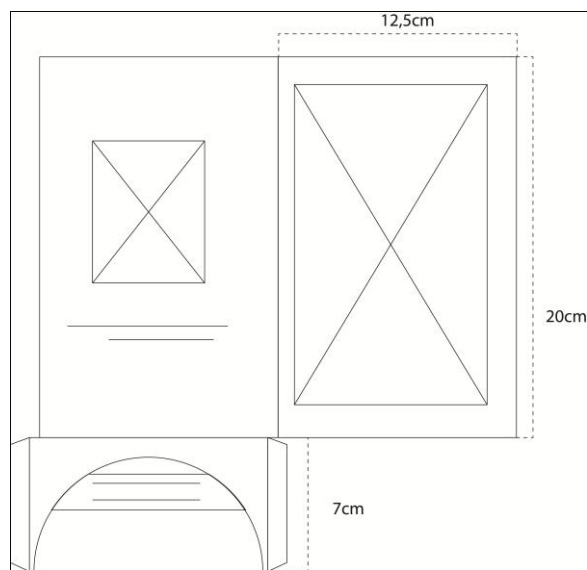
MODELOS

Con los datos conseguidos, se realiza modelos reales permitiendo visibilizar la función del producto presentado comunicando de forma audiovisual el cortometraje publicitario en minutos reales.

Troquel del Packaging del cd

El diseño del packaging para el CD se lo realizó en el software de diseño, y para ello se tomó como referencia los colores del logotipo del tema de proyecto: “CORTOMETRAJE PUBLICITARIO”, en una cara tiene un corte de troquel, en la cara restante que sostendrá al CD el tema del mismo.

Gráfico 21: Troquel del Packaging



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Packaging para el cd del cortometraje publicitaria

Gráfico 22: Packaging del Cd



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

Portada del CD

Para la portada del CD se utilizó el logotipo de La Victoria y el tema de la misma

Gráfico 23: Portada del CD



Elaborado por: Azogue, Gullsqi

VERIFICACIÓN

Se hace referencia para la verificación del cortometraje publicitario mediante la presentación a los artesanos de la feria artesanal de La Victoria, dando resultado la mayor aceptación mediante la técnica de la encuesta realizada con datos relacionados a la ejecución del tema.

SOLUCIÓN

Se presenta realización de un cortometraje publicitario para promover y difundir la feria artesanal de la parroquia La Victoria.

Validación de la propuesta

Para poder determinar el nivel de aceptación se citaron varias personas directas e indirectas para determinar la validez del producto presentado con un alto porcentaje aceptable.

11. CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio realizado se concluyó que la elaboración del cortometraje publicitario de la feria de cerámica es necesaria, siendo un medio de apoyo para la parroquia y facilitando la aplicación del proyecto, a través de ello se lograra difundir y promocionar todos los valores culturales interpretados en la misma.
- Dentro del cortometraje publicitario contiene datos e información que servirán como guía para difundir y promocionar los diferentes tipos de artesanías elaboradas para la feria de cerámica.
- Mediante la elaboración del cortometraje publicitario no solo será beneficiado al gremio de artesanos, sino también a todas las comunidades que forman parte de la parroquia La Victoria cantón Pujilí.
- A través del cortometraje publicitario tiene como objetivo visualizar nuevos campos de mercado de la feria de cerámica de la parroquia La Victoria, que contribuirá con un valioso aporte en el desarrollo local, nacional, en este sentido cobraría valor estas artesanías que poco a poco se ha venido integrando al contexto turístico
- La propuesta del cortometraje publicitario cumple con tener información suficientemente, precisa y detallada sobre la feria de cerámica de La Victoria, dando a conocer las habilidades de los artesanos que tiene mucho prestigio y renombre.

11.1 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades tanto parroquial, barrial y al gremio de artesanos aplicar el cortometraje publicitario siendo un medio audiovisual que permitirá promover las ferias de la cerámica, para que los turistas visiten la parroquia de La Victoria y puedan degustar los diferentes tipos de artesanías del lugar.
- Empezar una comunicación con todos los gremios de artesanos, autoridades de la parroquia y las autoridades cantonales, para dar a conocer los beneficios que brinda un medio publicitario, con el fin de fortalecer las artesanías elaboradas en cerámicas.
- A las autoridades competentes realizar capacitaciones para el gremio de artesanos, para dar a conocer nuevas técnicas de trabajo, facilitando mejor manera las presentaciones del producto.
- Se recomienda que las autoridades planifiquen e implementen a través del departamento de promoción turística, la correcta difusión y utilización del cortometraje publicitario, utilizando todos los medios que la plataforma digital nos ofrece en la actualidad.
- La aplicación del cortometraje publicitario permitirá más recursos para la parroquia como también fuentes de trabajo para los jóvenes de la comunidad permitiendo así que no se invisibilice las artesanías en cerámica.

12. BIBLIOGRAFIA

12.1 Bibliografía Citada

- ALVAREZ, PEDRO (2004) .Historia del diseño gráfico en Chile. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile
- ANTO BENÍTEZ, VICENTE RODRÍGUEZ ORTEGA (2013) Ultra Guion técnico y planificación de la realización página 23
- ÁVILA NOEMÍ,(2009): Conceptos relacionados con el sonido página 01
- BRUNO MUNARI,(1985)El diseño y la comunicación visual pagina79
- BALSEBRE ARMAN,(1994). El lenguaje radiofónico, página 05
- CUNUHUAY, Manuel (2007-2008) educación en la Familia Kichwa de la Provincia de Cotopaxi, Primera edición. p.181
- ESCALONA VELÁZQUEZ, A.: "La cultura popular tradicional como elemento esencial para la transformación sociocultural", en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Enero 2012, página 17
- GUSTAVO CASTILLO (2014) libro de Producción conciencia tv. Página 03
- ROCÍO ISLAS MALDONADO (2010) guiones página 2
- SARA BAÑO (2012) en silencio la rueda de cortometraje:03
- KLEPPNER y JOSEFINA SANCHEZ MARTINEZ (1990) pagina 15
- WILL EISNER, Guión comic 2006 página 02

Bibliografía Consultada

CORDERO; Juan. Bibliografía ecuatoriana de artesanías y artes populares, Editorial: Don Bosco, Cuenca, 1980.

DABNER, David, Diseño Gráfico, Fundamentos y prácticas, Editorial Blume, Primera edición lengua española 2005.

GALLO VILLACIS, Patrimonio Artístico Religioso de la ciudad de Latacunga y de la Provincia de Cotopaxi.

JARAMILLO, Luis. El Artesano y su Legislación en el Ecuador, Editorial: Universitaria, Quito, 1961.

JIMÉNEZ, Carmen. La Alfarería. Tesis de grado, Biblioteca: I.T.S Vicente León, Pujilí, 1980.

HELLER, Eva, Psicología del color, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona – España, 2011.

MENDIZABAL, Humberto. La Artesanía y la pequeña industria en el desarrollo del Ecuador. Tesis de grado, Biblioteca: Universidad Central, Quito, 1971.

ANEXOS

**ENCUESTA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN “ELABORACIÓN DE UN
CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA
FERIA DE CERÁMICA, EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL
CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”**

Las preguntas realizadas en esta encuesta, se lo ha elaborado de acuerdo al grupo objetivo al cual está dirigido, en este caso al Gremio de Artesanos y población de la comunidad.

ENCUESTA

Marque con una (X) la opción que Usted considere correcta.

1.- Conoce Ud. Sobre la feria de las cerámicas de la parroquia La Victoria?

a) Si () b) No ()

2.- Cuándo Ud. Visita la feria de cerámicas en la parroquia La Victoria, realiza alguna compra

a) Si () b) No ()

Porque.....
.....
.....
.....

3.- ¿Le gustaría que se promocióne la feria de las cerámicas de la parroquia La Victoria para los turistas y habitantes de la región?

a) Si () b) No ()

Porque.....
.....

.....
.....

4. ¿Por qué medios le gustaría que se promocionara esta feria?

a) Medios impresos

a) Medios audiovisuales

Otros: _____

5.- ¿Conoce algún medio audiovisual de cortometraje publicitario que realice en otros lugares?

a) Si () b) NO ()

En caso de marcar Si mencione el lugar

.....
.....

6.- ¿Considera que debería existir un cortometraje publicitario para promocionar la feria de cerámica de la parroquia La Victoria?

a) Si () b) No ()

7.- ¿Cree Ud. Qué que la elaboración del cortometraje publicitario permitirá incentivar las artesanías de cerámicas existentes en el Barrio?

a) Si b) NO

8.- ¿Cree Ud. Que mediante un cortometraje publicitario de la feria de la cerámica de La Victoria, visualice nuevos mercados?

a) Si () b) No ()

9.- ¿Cómo calificaría en términos generales la realización de un cortometraje publicitario para la feria de cerámica de la parroquia La Victoria?

a) Regular

b) Bueno

d) Excelente

10.- ¿Las autoridades del sector se han preocupado en difundir la exposición, de venta y comercialización de la feria de la cerámica?

.....

.....

.....

.....

ENTREVISTA

ENTREVISTA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN “ELABORACIÓN DE UN CORTOMETRAJE PUBLICITARIO PARA PROMOVER Y DIFUNDIR LA FERIA DE CERÁMICA, EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ PROVINCIA DE COTOPAXI PERÍODO 2016”

Las preguntas realizadas en esta entrevista, se lo ha elaborado de acuerdo al grupo objetivo al cual está dirigido, en este caso a los artesanos de la parroquia.

1.- ¿Hábleme acerca la feria de la cerámica realizada en la parroquia La Victoria?

.....
.....
.....
.....

2.- ¿Cree que las vías de acceso a la parroquia, están en buen estado para poder ingresar o exponer, vender y comprar las cerámicas?

.....
.....
.....
.....

3.- ¿Conoce a los Alfareros de la parroquia?, comente sobre su trabajo que ellos realizan?

.....
.....

.....
.....

4.- ¿En el transcurso del año la feria de la cerámica que se presenta, en qué mes es mayor su comercialización de las cerámicas?

.....
.....
.....
.....

5.- ¿Describa las cerámicas más relevantes de La Victoria, cuál es su importancia?

.....
.....
.....
.....

6.- ¿Cuáles son las cerámicas que mayor se venden en las ferias presentadas en La Victoria?

.....
.....
.....
.....

7.- ¿Relate algunas ferias de cerámicas visitadas que lo impresionó y que se debería implementar para mejorar su parroquia?

.....
.....
.....
.....

8.- ¿Qué tipo de personas internas o externas adquieren más las cerámicas?

.....
.....
.....
.....

9.- ¿Qué características tiene la feria de cerámica de La Victoria con relación a la de Pujilí?

.....
.....
.....
.....

ANEXO ENCUESTA Y ENTREVISTA



Elaborado por: Azogue, Gullsqui



Elaborado por: Azogue, Gullsqui