



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Título:

Animación Multimedia Aplicada a Campañas de concientización en la Correcta
Utilización del Agua para niños de 8 a 11 años.

Autor:

Carlos Cabrera.

Tutor:

Dis. Sebastián Egas

Tesina Previa a la Obtención Del Título de Diseñador Grafico.

Escuela de Diseño de la Facultad de Artes.

UNIVERSIDAD DE CUENCA



Agradecimientos.

Durante toda mi vida, Dios a sido mi guía, mi ángel guardián , y ha puesto a personas importantes en mi vida para no sentirme solo brindándome el apoyo incondicional y que han formado en mi respeto y admiración, mis padres, pese al situación individual de cada uno de ellos han sabido apoyarme de cualquier forma para salir adelante, con una palabra de apoyo o con un regaño, principalmente estas líneas van para mi Padre, persona muy importante en mi vida, en mi formación académica, el apoyo más grande haciendo que mis sueños se convierta en suyos y apoyarme incondicionalmente en la lejanía, a mi madre que con sus consejos , oraciones y palabras de amor han hecho que cada día de mi vida sea una bendición , a mi abuela que me enseñó a que el verdadero sacrificio es el que se hace con el corazón, A MIS AMIGOS piezas importantes en mi vida, de mi vivir diario, con sus palabras de aliento han hecho en mi una persona mejor, en especial a Viviana (Colo) importante amiga, confidente, guía, compañera sentimental, que con sus criticas, elogios, y apoyo ha sido posible que salga adelante cuando mas turbio fue el camino, a mis amigos de toda la vida, David y Juan Pablo, que con cada sonrisa compartida hicieron que la vida sea diferente, A mi hermano Juan José el mejor, y a la cantidad infinita de personas que desde mi niñez siempre creyeron en mi.

Para la elaboración de la tesina mi agradecimiento al departamento de Gestión Ambiental por medio del Biólogo Juan diego Pesantes y todo el departamento hicieron posible la obtención del material que me sirvió para la elaboración del proyecto y así poder cumplir con mis objetivos planteados, A mi tutor el Dis. Sebastian Egas que con sus opiniones y correcciones ayudaron mucho para encaminar el proceso de la tesina.

También mis agradecimientos a Viviana Méndez por el tiempo y la paciencia, A Cristián que con sus conocimientos en psicología infantil me ayudo para poder encaminar mi proyecto, y en conclusión a todos y todas las personas que de alguna u otra forma me ayudaron para obtener la información, las que me ayudaron en general en el proceso académico.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Dedicatoria:

A mi maquina de sueños. Mi familia



Capítulo I

Multimedia, Animación y Comportamiento en los niños de 8 a 11 años

1.1 Historia de la Animacion.....	10
1.1.1.1 animaciones importantes de la historia.	
1.1.1.2 Tron	
1.1.1.3 BlancaNieves	
1.1.1.4 Shrek	
1.1.1.5 ToyStory	
1.1.1.6 The Nightmare Before Christmas	
1.2 Importancia de la Animación Multimedia.....	13
1.2.1 ¿Por qué utilizar animación multimedia para concientizar a las personas?	
1.2.2 La Animación en Campañas de Concientización.	
1.3 Comportamientos de los niños de 8 a 11 años.	16
1.3.1 Ocho años.	
1.3.2 Nueve años	
1.3.3 Diez años.	
1.3.4 Once años.	
1.4 Campañas publicitarias que utilicen animación multimedia.....	19

Capítulo II.

El agua como recurso importante.

2.1 La utilización del agua en nuestra ciudad.....	24
2.1.1¿Cómo utiliza la gente el agua en Cuenca?	
2.2 Campañas de Concientización Sobre El Uso y Ahorro del Agua Existentes en el mundo.....	25
2.2.1 Campañas de concientización sobre el uso y el ahorro correcto del agua en el Ecuador.	
2.2.2Comparación de campañas Entre las Del Ecuador y del mundo Tomando como referencia los ejemplos citados.	



2.3 Campañas de Concientización elaboradas en la ciudad de Cuenca.....29

2.3.1 Análisis gráfico. Entre campañas efectuadas en la ciudad.

2.4 Conclusiones y Planteamiento del Proyecto.....44

Capítulo III.

Prototipo

3.1 Visita Técnica a las lagunas de oxigenación.....64

3.2 Elementos Gráficos y Escritos de la Propuesta que van hacer utilizados en la nueva campaña de Concientización.....47

3.2.1 Guion de la Animación

3.2.2 StoryBoard en Base al guión escrito.

3.3 Proceso de la creación del personaje principal de nuestra animación.....52

3.3.1 Creando el personaje.

3.3.2 Elección de las propuestas finales de personaje en base a encuestas realizadas en Establecimientos educativos con niños de 8 a 11 años.

3.4 Desarrollo de la Propuesta final.58

3.5 Conclusiones.....58

Bibliografía

Anexos



Abstract.

Año tras año diferentes campañas se han establecido en la ciudad para obtener resultados tanto en niños como en adultos, de este modo vamos creando y reforzando conciencia sobre la importancia de la regularización del consumo hídrico.

Se plantea como alternativa la utilización de la animación para atraer la atención de los niños de 8 a 11 años, que es el público que se abarca en este proyecto, siendo la edad más adecuada para poderlos educar en ámbitos de conciencia y para que, en su momento, sepan inculcar en los menores lo que aprendieron.

Basándose desde la investigación teórica sobre temas importantes referentes al agua, el bocetaje, hasta la producción y la post producción del producto final es el proceso que transmite de manera clara el mensaje que estamos buscando.

Ya han existido diferentes campañas a lo largo del tiempo, pero el aporte de este proyecto determinará un camino para continuar con la misión de comunicar y mantener el trabajo continuo de Instituciones que se preocupan por el medio ambiente.



Objetivos.

Objetivo General.

Diseñar una Animación en donde se logre concientizar sobre el correcto uso y ahorro del agua en los niños de 8 a 11 años, basados en una investigación previa sobre campañas realizadas anteriormente.

Objetivos Específicos.

- 1.- Investigar sobre las campañas publicitarias que se han creado especialmente en Cuenca sobre el cuidado del agua, realizando un estudio gráfico comparativo de las mismas.
- 2.- Realizar la animación con gráficos ilustrativos basada en la investigación realizada en el proyecto, que envíe un mensaje claro y concreto para la concientización sobre el consumo del agua en niños de 8 a 11 años de edad.



Antecedentes.

La importancia del agua en los seres humanos como elemento sustentable para la vida en general, y en un futuro como el bien más apreciado, ha perdido el interés en las personas en lo que se refiere al tratamiento y cuidado del mismo, pero en niños y adolescentes el interés es mayor.

De esta forma nuestro gobierno por mantener el respeto a este elemento vital de la naturaleza se ha sujeto a establecer derechos y leyes con referencia a el agua *“El Agua es patrimonio nacional estratégico de uso público, dominio inalienable e imprescriptible del Estado, y constituye un elemento vital para la naturaleza y para la existencia de los seres humanos. Se prohíbe toda forma de privatización del agua”*¹.

En nuestro país progresivamente se va concientizando sobre el uso del agua a través de instituciones nacionales e internacionales, por medio de entidades tanto gubernamentales como no gubernamentales, y educativos como el departamento de Gestión Ambiental que está bajo el dominio de la Empresa Municipal ETAPA ubicado en nuestra ciudad.

Nuestra ciudad, la empresa pública tiene un sistema de tratamiento de agua servidas con el sistema de lagunas de oxidación, devolviéndola luego de su proceso de purificación a su cauce original.

Cada año se ha ido implementando una campaña de ahorro y correcto uso del agua, permanente mente mejorándola con el tiempo desde 1998 , utilizando diferentes actividades a nivel escolar, las mismas que nos servirán como referencia para establecer un producto que nos ayude y nos dé un soporte fuerte para el correcto manejo y trato del agua, es por esto que se ha escogido la edad entre 8 a 11 años ya que son edades donde los niños están más aptos para aprender sobre el uso indicado del agua y poder crear una conciencia permanente sobre el uso del agua.

¹ Constitución de la Republica del Ecuador, Art 318, Capitulo Quinto, Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo I.

Multimedia, Animación y Comportamiento en los niños de 8 a 11 años.



1.1 Historia de la animación:

La historia de la animación es mucho más antigua que el nacimiento del cine ya que se cree por algunos historiadores se remontan a la prehistoria, en donde por medio de pinturas rupestres, se intentaba expresar movimiento, para que se mantengan estáticos, con el paso de los años también se descubrieron este tipo de pinturas en Egipto y Grecia y Leonardo Da Vinci también con el movimiento de la figura humana.

La primera vez que se intento hacer una animación mediante la proyección de imágenes se dio en el año de 1640, cuando el alemán Anthonasius Kircher² inventó el primer proyector de imágenes: "la linterna mágica", en la que, mediante grabados en cristales, era capaz de proyectar diferentes fases consecutivas del movimiento, cambiando los cristales de forma mecánica.

Pero en reseña historica vemos que la animación surgió como resultado de experimentos con imágenes en movimiento.

Etienne Robertson creó Fantascopio, que consistía en una linterna que proyectaba imágenes en movimiento. Así mismo con el paso del tiempo en el año de 1833 fue apareciendo el Phenakistoscopio de Plateau y más adelante, el Zootropo de Homer en 1834 el kinetoscopio de Uchatius, en 1854, el Phasmatropo³ de Heyl y el Praxinoscopio de Reynaud; todos eran dispositivos que consistían en la proyección de imágenes en sucesión.

² Anthonasius Kircher inventó el primer proyector de imágenes: "la linterna mágica", en la que, mediante grabados en cristales, era capaz de proyectar diferentes fases consecutivas del movimiento, cambiando los cristales de forma mecánica.

³ Étienne-Gaspard Robert (1763-1837), conocido por el nombre artístico de "Robertson", fue un prominente belga mago y un científico, artista, creó en el punto una clase de linterna mágica llamada "Fantascopio". Con este aparato que permite a las sombras proyectadas cambiar de forma gracias a embriones de movimiento, presenta fantasmagorías que hacen sensación.



En un resumen concreto se puede decir que la Animación en la historia realmente comienza con la producción de Emile Cohl con su Fantasmagorie⁴ en Francia en 1908. La línea de tiempo de animación a continuación, comienza a avanzar en varias películas que se producen durante los próximos veinte años; Gertie el dinosaurio⁵, producido por Winsor McCay y distribuido a las salas de cine comercial en 1914, siendo un signo de tierra durante este período.

McCay y distribuido a las salas de cine comercial en **1914**, siendo un signo de tierra durante este período.

En la década de 1920 y 1930, Warner, Disney y los estudios MGM, desarrollaron técnicas de animación más sofisticadas, utilizando la animación tradicional, con la utilización de celuloideos sobre fondos complejos.

Disney fue innovador, con la utilización del sonido en 1928 y la producción del primer



largometraje de animación a color por primera vez en 1937 con Blanca Nieves y los 7 enanos⁶.

Durante los años 1970 y 1980 las técnicas de animación cambian drásticamente con la aparición del ordenador

En 1982, la película Star Trek⁷, la Ira de Khan utiliza técnicas de animación de computadora para generar la escena Efecto Génesis.

⁴ Fantasmagorie 1908 Realizada por el francés Émile Cohl. Sucesión de 700 dibujos con una duración de 1 minuto y medio aproximadamente, muestra una prueba de animación en donde muestra diferentes tipos de sucesiones, transformaciones y movimiento de personaje.

⁵ Gertie el dinosaurio es un 1914 de América cortometraje animado por Winsor McCay. Aunque no es la primera película de animación, como a veces se piensa, fue la primera caricatura en función de un personaje con una personalidad atractiva.

⁶ Blancanieves y los siete enanitos es un 1937 de América película de animación basada en Blanca Nieves, un alemán de cuento de hadas por el Hermanos Grimm. Fue el primer larga duración, película de animación basada en la historia del cine, así como los primeros dibujos animados largometraje producido en los Estados Unidos, la primera producción a todo color, el primero en ser producido por Walt Disney, y el primero en el Walt clásicos animados de Disney canónico.

⁷ Star Trek es un estadounidense de ciencia ficción franquicia de entretenimiento. El original de Star Trek es una serie de televisión estadounidense



La década de 1990 vio el comienzo de los efectos de animación por ordenador, con películas como Toy story siendo el primer largometraje en 3D generado por computadora, Babe por su utilización mixta entre digital y analoga, posteriormente con el largometraje de los estudios Dream work “Shrek”.

Con el paso del tiempo se han ido implementando tipos de técnicas para la animación, entre estas esta la animación multimedia, generada por una secuencia de fotogramas que son creados digitalmente, también la técnica del Rotoscopio que consiste en la sucesión de imágenes sobre cada fotograma obteniendo un resultado estupendo y casi natural con la sucesión de imágenes de esta forma creando un contorno de la imagen se va realizando la Rotoscopia.

La Animación Tradicional, con lápiz y papel que consiste de la misma forma en sucesión de imágenes que coinciden una con otra que nos da como resultado la animación, también la técnica del Stop Motion que consiste en la realización sobre cualquier objeto que con la ayuda de una cámara fotográfica y con una secuencia de fotografías cada una mostrando cuadro a cuadro una posición diferente de un objeto se obtiene una animación como resultado.

1.1.1 Animaciones Importantes en la Historia:

1.1.1.1 Tron:

Esta película importante en la historia de la animación fue creada en el año de 1982 en los Estados Unidos es del tipo ciencia ficción, fue una de la primeras películas producida por grandes estudios cinematográficos la cual utilizo la técnica de computación grafica.⁸

Esta película fue producida por Walt Disney y para crearla se tuvo que comprar llamada Super Fondly la mas rápida en aquellos años, se utilizaron entre 15 y 20 minutos de animación hecha en computadora en combinación con los personajes de la película.

⁸ La **computación gráfica** o **gráficos por ordenador** es el campo de la informática visual, donde se utilizan computadoras tanto para generar imágenes visuales sintéticamente como integrar o cambiar la información visual y espacial probada del mundo real.



1.1.1.2 Blanca Nieves:

Blanca Nieves y los siete enanitos es un film muy importante en la historia de la animación, por ser el primer largometraje animado en lengua inglesa, y el primero en utilizar technicolor. Este largometraje empezó a platearse en 1934 y se lanzó en 1938. Este proyecto se le calificó como “La locura de Disney” ya que los ingresos de la industria eran buenos pero no suficientes, tanto así que todos pensaron que con este film los estudios Disney se arruinarían, en 1937 el largometraje fue suspendido ya que a Disney se le acabó el dinero para su producción y para continuar con la elaboración de este proyecto tuvieron que hacer un préstamo bancario, pero todo se solucionó con el lanzamiento de Blancanieves lo cual fue un éxito taquillero gracias a la animación tan bien lograda que se logró, y por tal éxito se pudo producir films como Pinocho y Fantasía, también se seguían creando cortometrajes de Mickey Mouse, Donald, Goofy, etc.

http://es.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney

1.1.1.3 Shrek

Shrek es una película de animación digital basada en el libro ilustrado “Shrek” y fue la primera película en ganar un Oscar en la película de mejor animación. Shrek cuenta con 8 films entre películas y cortos. Esta película tuvo mucho éxito gracias a la perfección de sus personajes en tercera dimensión

<http://es.wikipedia.org/wiki/Shrek>

1.1.1.4 Toy Story

Esta película Estadounidense, fue el primer largometraje de los Estudios Pixar⁹ fue estrenada en el año de 1995, y fue considerada la primera película creada totalmente con efectos de animación digitales en toda la historia cinematográfica, para animar esta película se contó con 110 empleados de Pixar, por esto se llevó varios méritos ya que en esos años las últimas películas de Disney como el rey León trabajaron 800 personas.

⁹ Pixar Animation Studios es una compañía de animación por ordenador especializada en la producción de gráficos en 3D y con sede en Emeryville, California (Estados Unidos)



Fue un éxito taquillero es su primer fin de semana, esta película se ganó todas las buenas críticas ya que su innovación técnica en la animación sorprendió a todas las personas que vieron la película.

“La película comenzó a partir de una serie de guiones gráficos animados, los cuales sirvieron de guía para los animadores que se dedicaban a desarrollar cada personaje. Respecto a cifras, un total de 27 animadores trabajaron en la producción de *Toy Story*, usando hasta 400 modelos computacionales con los que lograron animar a los personajes; cada uno de estos últimos primeramente fue modelado en arcilla, o en su defecto creado a partir de un diagrama computarizado, antes de que se concretara el diseño animado final. Una vez que los empleados tenían el modelo listo, la siguiente tarea consistió en codificar los controles de articulación y movimiento — que, en su conjunto, garantizaron el movimiento de cada personaje en una amplia variedad de formas, tales como hablar, caminar o saltar”¹⁰

1.1.1.5 The Nightmare Before Christmas

“El extraño mundo de Jack” es una película animada musical la cual fue realizada con la técnica stop motion ¹¹, la película fue basada en dibujos y un poema de Tim Burton ¹², se estrenó en el año de 1993 pero se lanzó una versión remasterizada en 3D en el año 2006 en los Estados Unidos por The Walt Disney Company ¹³.

La idea original de este film fue de Tim Burton en el tiempo que trabajó para Walt Disney, pero la propuesta fue rechazada con el argumento de que la película era para jóvenes de más edad y Disney se dedicaba plenamente a películas infantiles, así guardó su material hasta que después de unos años pudo hacer realidad su sueño de crear esta película, y fue la primera película de Tim Burton creada con la técnica Stop Motion que dio lugar a una larga lista de películas del mismo autor con la misma técnica.

http://es.wikipedia.org/wiki/The_Nightmare_Before_Christmas

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Toy_Story#Animaci.C3.B3n

¹¹ El *stop motion*, parada de imagen, paso de manivela o cuadro por cuadro es una técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos por medio de una serie de imágenes fijas sucesivas.

¹² es un director, productor, escritor y diseñador estadounidense. La mayoría de sus películas se han caracterizado por la presencia de mundos imaginarios donde suelen estar presentes elementos góticos y oscuros, cuyos protagonistas suelen ser seres inadaptados y enigmáticos.

¹³ **The Walt Disney Company S.A.** (NYSE: DIS) (también conocida como *Disney Enterprises, Inc.* simplemente *Disney* o *Grupo Disney S.A.*) es una de las compañías de medios de comunicación y entretenimiento más grandes del mundo.



1.5 Importancia de la Animación Multimedia.

Gracias al desarrollo de la tecnología y del software, la animación cumple hoy en día un papel muy importante en ofrecer nuevos productos y nuevas experiencias con el usuario, de esta forma mezclada con elementos tradicionales y lo digital (tecnología, software, computadora), nos dan buenos resultados tanto estéticos como funcionales.

Esta aplicada también para el desarrollo web, ayudándonos a crear nuevas interfaces con el usuario en el tema de navegación, hoy en día, la multimedia esta aplicada en aparatos electrónicos como celulares computadoras, tabletas, videojuegos (kinect), asiendo de estos sus presentaciones más agradables para los usuarios, etc.... Así mismo de esta forma aporta para un desarrollo de nuevas fuentes de trabajo creando una nueva industria cumpliendo con dos diferentes acciones, la una ayudando con el proceso de información de datos y en la forma de presentarlos como por ejemplos en museos, convenciones etc., y en la elaboración de expresiones artísticas, como animaciones, spots para televisión etcétera.

1.5.1 ¿Por qué utilizar animación multimedia para concientizar a las personas?

La animación multimedia al ser un proceso que mezcla elementos tradicionales y tecnológicos, nos ayuda a dar un resultado mucho mejor que la animación tradicional, en este caso la animación multimedia esta aplicada al diseño de una animación que va a ser destinada para la utilización del ahorro del Agua en los hogares.

Nuestro Rango de edad de nuestro target esta designado para niños que cursan las edades entre 8 y 11 años, de esta forma podemos mostrar un producto fácil de entender para ellos y que nos ayude a mostrar un mensaje concreto y directo sobre el tema tratado. La animación multimedia es una gran herramienta que tenemos para poder crear el producto final que no hemos planteado, ofreciéndonos con su técnica de manejo la facilidad para lograr los objetivos que no hemos planteado.

1.5.2 La Animación en Campañas de Concientización.



Existen muchos caminos que nos pueden ayudar a transmitir un mensaje, entre estos tenemos los medios gráficos, que abarca desde afiches a publicaciones de prensa, también tenemos los medios radiales por medio de sonidos estructurados para crear diferentes sensaciones, (la composición de un spot radial), así también tenemos por los medios televisivos con la presentación de una sucesión de imágenes en una secuencia cuyo resultado nos da un video o una animación dependiendo de la técnica que se utilice; cada uno con individuos específicos denominados target determinando cual es el medio que mas publico acapara. En este caso hablaremos sobre las campañas de concientización.

Las campañas de concientización son formas de comunicar a las personas para tratar de regular algún bien natural, evitar vicios o utilización de medios de protección, todo lo que se deba para regular algún mal que atente con la sociedad y el medio ambiente, la cual por lo general no suelen tener el impacto esperado, dependiendo también al publico que se lo quiere enfocar.

Para todo existe un público diferente, existen campañas para evitar el tabaquismo, donde se muestran símbolos fuertes que para un público infantil puede ser ofensivo, también campañas de concientización para la regulación de la velocidad en donde se muestran choques y demás resultados por el manejo de automóviles a velocidades altas, así también para las campañas de protección contra el sida, que al ser un tema fuerte la mayoría de campañas en el mundo tratan de utilizar mejor la estética para hacerla un poco amigable.

Las campañas por el ahorro del agua, en el mundo es también un tema de interés mundial, mas ahora con el tema del Calentamiento Global, nos estamos convirtiendo en seres ecológicos, existiendo desde niños la enseñanza de la importancia del cuidado de este recurso hídrico.

En nuestro proyecto nos estamos enfocando aun público infantil (8-11 años) en la cual hemos decidido que la mejor forma de transmitir un mensaje sea por el medio de la Animación, pero en este caso utilizaremos la animación multimedia (no tradicional), en donde contaremos una historia, la cual se volcara a favor del mensaje de ahorro del agua.



La animación en las campañas de concientización para niños tiene mucho impacto ya que niños de edades entre los 8 los 11 años tienen en común que les llama la atención los dibujos animados, los colores fuertes y sobre todo la televisión.

1.6 Comportamientos de los niños de 8 a 11 años.

El comportamiento de los niños es importante para poder definir sus gustos, sus capacidades tanto motrices como psicológicas, determinar su carácter, es por eso que a continuación colocaremos ciertas características específicas de niñas y niños desde los 8, 9,10 y 11 años que deberemos tomar en cuenta para la elaboración del proyecto de animación sobre el ahorro del agua.

1.6.1 Ocho años.

- Son graciosos de esta forma buscan con su conducta la aprobación social.
- Tiene interés por la música; le gusta escuchar la radio y la TV.
- Tiene bien desarrollada la percepción de tonos musicales.
- Se deleita mirando las ilustraciones de las enciclopedias.
- Inventa historias con dibujos.
- Adorna sus dibujos con detalles pintorescos.
- Muestra admiración por sus padres, en palabras y Hechos,
- Admira las proezas y Aventuras heroicas, y se identifica con sus ídolos.
- No pregunta por preguntar, como de pequeño, sino por ganas de saber.
- Está ansioso de ensayara cosas nuevas y de conocer nuevos lugares.
- Simula picardía con el gesto y la mímica.

1.6.2 Nueve años

- Tiene su amigo predilecto con quien prefiere trabajar y jugar y compartir confidencias.
- Critica a los adultos y confía menos en el argumento de autoridad.
- Le apasiona la competición.
- Se hace responsable de lo que concierne. Quiere ser tratado como mayor.
- Le molesta ser protegido en exceso.
- Hay separación de sexo durante el juego.



- Prefiere el juego colectivo organizado.
- Se interesa por los instrumentos musicales.
- Empieza a aficionarse al baile.
- Le gustan los jugos electrónicos de Marcianos y similares.
- Retiene visualmente grecas y dibujos geométricos y los reproduce de memoria.
- Le divierte manipular el cinexin y hacer cine de dibujos.
- Le agradan la expresión plástica de manualidades y dibujo
- Se identifica con héroes de su edad, en las lecturas controla la imaginación y localiza los hechos en el tiempo y el espacio.
- Emite juicios sobre lo que es bueno y lo que es malo.
- Trata de comprender, en lugar de obedecer pasivamente.

1.6.3 Diez años.

- Acusa cierta oscilación emocional y refugio en la fantasía.
- Parece identificarse por imitación con determinadas personas conocidas.
- Admira al héroe como modelo imitable de cualidades.
- Emula a los héroes, tanto en los juegos como en su comportamiento diario.
- Ve en su imaginación las cosas como si las estuviera presenciando.
- En el cine le gusta más las historietas que los detalle sueltos.
- Le intriga el argumento de las películas.
- Le gusta observar, curiosear, mirar, leer, escuchar.
- Acepta sus obligaciones y procura cumplir sus deberes,
- Se imagina con anticipación las consecuencias de la conducta.

1.3.4 Once años

- Tiene conflictos con la autoridad del adulto.
- Siente interés creciente por las ropas y el atuendo.
- Disfruta oyendo música, contemplando un paisaje,



- Le gustan las cosas bellas y disfruta la música.
- Construye sus propios juguetes, repara los estropeados.
- Dibuja las sombras de los objetivos en proporción a su tamaño.
- Adivina los gustos y disgustos de los demás.
- La agudeza de los sentidos le convierte en buen observador.
- Desaparece la ficción; su imaginación es más objetiva y realista.
- Cree que el sueño se encuentra en la cabeza, y no que viene de fuera.
- Prefiere la tv que la radio.
- No cree en los cuentos aunque mezcla fantasía en sus relatos.
- Le gustan los juegos de palabras.
- Le importa la urbanidad, aprende modales.
- Tiene fuerte sentido del deber,
- Acata las normas del grupo, y aborrece las infracciones.
- Obedece de buen grado.
- Discute con interés los acontecimientos del mundo entorno.

1.4 Campañas publicitarias que utilicen animación multimedia.

Citando dos diferentes animaciones nos damos cuenta del poder de comunicación que se obtiene al utilizar la animación en publicidad.

Honda Jazz: This Unpredictable Life

Animación dirigida por Smith & Foulkes, realizada para anunciar el Nuevo y mejorado Honda Jazz; Bajo el título “this Unpredictable life” nos muestra la descripción de alegrías y los numerosos desafíos que encontramos en la vida, que el concepto de este anuncio es mostrar que el automóvil está diseñado para hacer frente a estas demandas.

La gráfica que se describe es interesante por la creación de un paisaje surrealista que se incluye a varios personajes como lo son niños, personas y los animales domésticos, de mostrando de esta forma que cada elemento encaja perfectamente en el automóvil



UNIVERSIDAD DE CUENCA

debido a la utilización asientos amplios mostrando seguridad entre las serie de cosas que se acumulan en la vida.¹⁴

Creditos.

Créditos:

Agencia: Wieden

+ Kennedy Londres

Directores creativos: Sam Heath, Chris Groom

Producción: Nexus

Productions

Directores: Smith

& Foulkes

App creatives (W+K): Duncan Bone, Kate Harrison, Will Hooke

Interactive producer (W+K): Dom Tunon

App director, product management (Gravity Mobile): Jeff Benson

App senior software developers (Gravity Mobile): Zac White, Adam Wolf

Captura de imágenes de el Spot de TV.



¹⁴ Más información: <http://creativereview.co.uk/cr-blog/2011/january/honda-jazz-this-unpredictable-life>



UNIVERSIDAD DE CUENCA



“Inside” Vodafone.

El Cortometraje “Inside” ideada por tTango para Vodafone ha recibido el premio al mejor spot publicitario de Los Ángeles 3D Film Festival (3DFF), con una duración de 3’30 minutos Inside recrea una situación cotidiana de trabajo de so mundos autónomos a través del mundo virtual y del mundo real dentro de un smartphone.

Inside se convirtió en el primer corto publicitario den 3D en España, con su combinación de animación e imagen rodada, fue la primera del mundo en ser proyectada fuera de una sala de cine.¹⁵

Créditos.

Productora: Bosalay

Director: Iván mena tinoco

Cliente: Vodafone España.

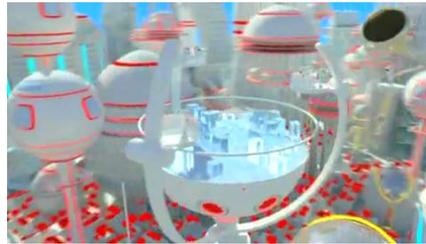
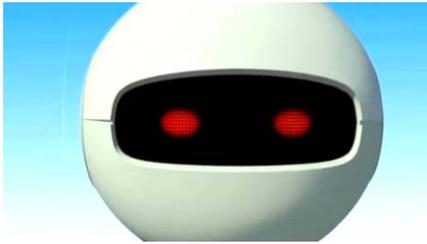
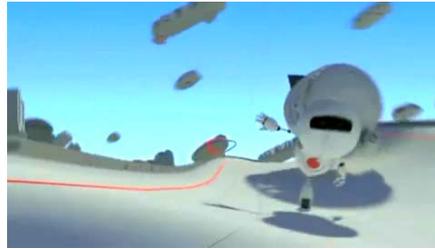
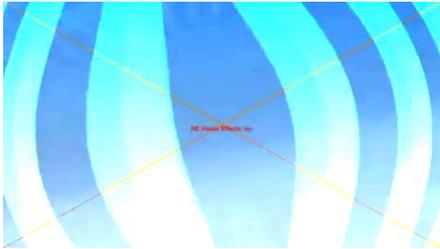
Agencia: Tango

Captura de imágenes de el Spot de TV.

¹⁵ <http://www.puromarketing.com/24/8125/corto-inside-vodafone-premio-mejor-spot-publicitario.html>



UNIVERSIDAD DE CUENCA





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo II.

El agua como recurso importante.



2.1 La utilización del agua en nuestra ciudad.

Con el paso del tiempo las costumbres locales han ido cambiando. Con la evolución de los sistemas de distribución de información, medios masivos de comunicación, que han sido clave en una reeducación para mayores y en una nueva forma de educar para los niños y adolescentes, logrando alcanzar una mejor comprensión y mayor aceptación de la información transmitida.

En el caso de la utilización del agua, en comparativa con los años anteriores debido a la falta de información de ese entonces se desperdiciaba en mayor cantidad,

No existe un sondeo y un seguimiento exacto para determinar cuál es la actual cultura del agua en los hogares, pero gracias a campañas realizadas por las empresas ambientalistas se tiene con sus resultados una idea de la forma de tratar el agua en sus hogares.

El bañarse por más de 15 minutos por ejemplo, o el lavado de autos con manguera, la problemática es que también en la ciudad de Cuenca, las lavadoras de autos ubicadas en el sector de Monay también contribuyen a la contaminación porque los residuos de agua transportan organismos contaminantes provenientes de los lubricantes de automóvil que son desechados en ríos.

También la mala utilización y conservación de los sistemas de tuberías en los hogares hacen que las personas pasen desapercibidas e insignificantes fugas que con el tiempo logran un fuerte impacto en el uso del agua..

2.1.1;Cómo utiliza la gente el agua en Cuenca?

Para poder proceder y determinar las bases del producto final debemos primero conocer los hábitos que tienen las personas en nuestra localidad sobre el uso del agua, en un sondeo de 50 personas en base a una encuesta pudimos determinar qué:

58% Toma un baño mínimo de 30 minutos.

62% No cierra la llave del agua para lavarse los dientes y rasurarse.



25% Arroja basura en los inodoros.

78% No regula la cantidad de agua a lavar la ropa a mano

60% No existe prevención de fugas sino que las tuberías las cambian cuando en verdad ya están dañadas.

88% No utiliza medidas para ahorrar el agua.

50% Prefiere lavar el auto con manguera que utilizar balde.

Gracias a los resultados obtenidos pudimos darnos cuenta que en la Ciudad la mayoría de personas no tiene conocimientos sobre el uso apropiada y ahorro del agua.

Pero más allá de las encuestas están los registros anecdóticos obtenidos por la gente; la Sra. María Sumba, de 68 años de edad, nos cuenta que cuando ella era niña sus padres desperdiciaban el agua y no la reutilizaban por ejemplo al lavar los platos el agua lo desechaban tirándola al patio y no la aprovechaban para el riego de sus huertos, de la misma forma que el momento de tomar un baño era difícil porque no tenían ducha de agua caliente lo que hacían era esperar a que el cuerpo se acostumbre al agua fría y eso tomaba unos 15 minutos agregados los del baño llevaban un tiempo de 45 minutos de ducha. Igual para la agricultura, y para dar de beber a los animales el agua que se empozaba no la reutilizaban sino la desechaban.

Actualmente Datos obtenidos por Gestión Ambiental, nos damos cuenta que la cultura de agua es mas consiente en niños de escuelas que en adultos, gracias a los resultados de cada campaña que se ha llevado, en donde es mejor enfocarse en estimular una nueva cultura del agua desde pequeños para de esta forma lograr un sentimiento más fuerte de conciencia.

2.2 Campañas de Concientización Sobre El Uso y Ahorro del Agua Existentes en el mundo.

“Friends for Change: Project Green“

Disney Chanel ha organizado una campaña de concientización para el cuidado del planeta que se ha titulado “Friends for Change: Project Green“ , la campaña trata de



concientizar a todo el mundo del daño que se está causando a la naturaleza y han utilizado como estrategia publicitaria a los artistas Teens de Disney Channel como Miley Cyrus, Selena Gomez, Demi Lovato y la agrupación Jonas Brothers, juntos han creado un tema y han filmado un video del mismo titulado “Send it on“ y es un éxito en los diferentes medios de comunicación, especialmente en Estados Unidos y los países Europeos.

Este proyecto se dedica principalmente en la importancia de crear un conciencia ecológica en los niños, y se ha tomado en cuenta cuatro áreas para esta campaña: el agua, el clima, la basura y el habitat.

En la página web de esta campaña cuenta con los links nombrados anteriormente, basura, habitat, clima y el agua. Cada uno de estos links cuenta con consejos prácticos para el cuidado del medio ambiente.



Lo interesante de esta campaña es que está dirigido totalmente a niños ya que en el link de la página que dice “Water” tiene consejos como :” Con el permiso de sus padres, de



edad donar los artículos electrónicos que ya no utilizas - mantenerlos fuera del relleno sanitario! PONER UN ENCHUFE EN TI: Cuando laves los platos, cortar el agua mientras se friega.”

Disney Channel utilizando como referencia artistas que son ídolos de los niños ha creado videos publicitarios con cada uno los objetivos de esta campaña (basura, agua, clima y vivienda), como por ejemplo con respecto al agua hay un video publicitario llamado “Cierra tapa, detén el goteo



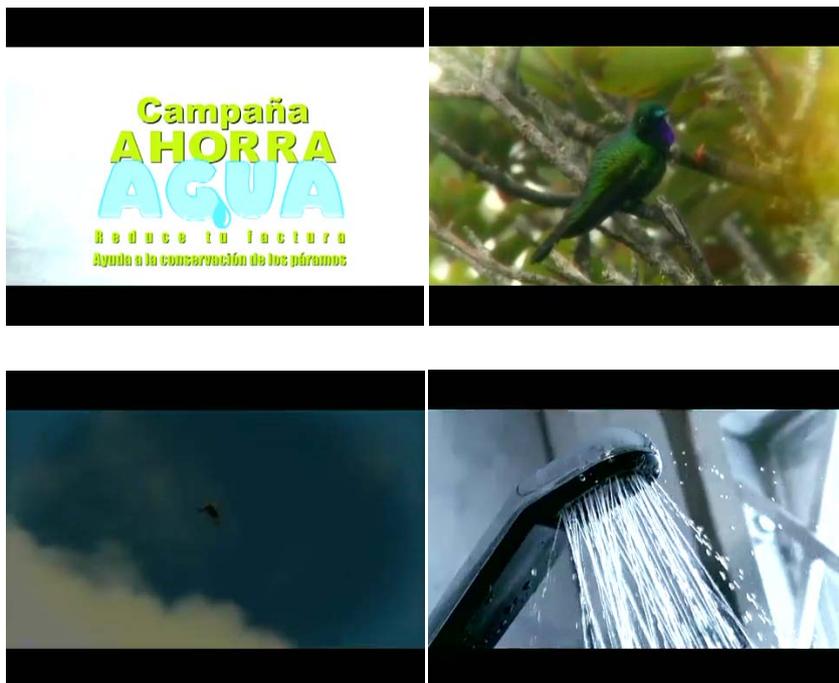
Es un video con la ayuda de los artistas preferidos de los niños concientiza a que cierren el agua mientras se cepillan los dientes, a que tapen el fregadero mientras se lavan los platos y que si hay alguna gota en el lavamanos informen a una persona adulta para que la reparen de inmediato, reta a los niños que hagan la prueba durante un mes y así formar una costumbre en ellos que la mantengan de por vida. También en la página www.disneylatino.com se ha creado un link en el cual puedes escribir tu proyecto con respecto al cuidado del agua y la emergencia por la cual está pasando el lugar al que quieres ayudar con ese proyecto, todos los proyectos se llevaran a cabo pero el que tenga más votos es el que recibirá más apoyo de Disney channel.

2.2.1 Campañas de concientización sobre el uso y el ahorro correcto del agua en el Ecuador.



En el Ecuador, ha habido también muchísimas campañas publicitarias sobre el agua, una de las más destacadas en nuestro país fue la que se dio en Quito llamada “Ahorra Agua, reduce tu factura y ayuda a la conservación de los páramos”, es una iniciativa del Proyecto Páramo Andino, y tuvo como función concientizar a los ciudadanos de Quito sobre la importancia que tiene el uso adecuado del agua, y para cambiar los hábitos inadecuados en cuestión de cuidados de el recurso hídrico que tienen los Quiteños.

Manteniendo una serie de actividades culturales en donde la integración social es la principal característica de esta campaña.



2.2.2 Comparación de campañas Entre las Del Ecuador y del mundo Tomando como referencia los ejemplos citados.

Disney channel tiene una estrategia publicitaria muchísimo más fuerte que la campaña de los páramos realizada en Ecuador, tiene muchas cosas a su favor, artistas, una ética



gráfica mucho más elaborada y cuenta con el suficiente dinero como para que el mundo se entere de la campaña.

Disney channel acapara un target infantil pero internacional, mientras que la campaña ecuatoriana es solo para Quito, pero con medios publicitarios como el internet puede funcionar a nivel nacional e internacional ya que cuenta con página web con un link para el proyecto, sus actividades son un tanto clásicas, pero funcionales ya que hay concursos, programas, etc. Teniendo en cuenta que el presupuesto que tiene la campaña ecuatoriana con el que tiene Disney channel es mucho menor.

La campaña ecuatoriana cuenta con actividades infantiles como títeres, que para niños de edades cortas es una estrategia económica y eficiente ya que va a capturar la atención de los niños, pero para niño de 8 a 11 años tal vez ya no funcionaría ya que preferirían ver a sus artistas favoritos dándoles un buen consejo sobre el buen uso del agua y las consecuencias que puede causar en un futuro si ellos no la cuidan.

Las dos campañas tienen un tiempo largo de duración y tienen diferentes actividades programadas para los diferentes meses, el proyecto paramo andino fue una campaña que comenzó en mayo del 2010 y la de Disney channel comenzó en septiembre del 2010.

Las dos campañas son buenas según la localidad en las que están, pero lamentablemente hay que reconocer que la campaña de realizada por Disney channel ganaría mucho más target infantil con el simple hecho de que ponga a los ídolos infantiles en su publicidad.

2.3 Campañas de Concientización elaboradas en la ciudad de Cuenca.

Las campañas de concientización acerca del agua se han establecido durante los últimos 6 años, proviniendo de un programa que se elaboro en la ciudad de Guayaquil, luego para la ciudad de Cuenca para quedarse, el paso del tiempo ha servido para que las campañas no pierdan su continuidad, sino mas bien se vayan retroalimentando y de esta forma mejorarla cada año.

El departamento de gestión ambiental de la ciudad de Cuenca es la encargada de elaborar y aplicar estas campañas de concientización a lo largo del año.



Con diferentes campañas que van desde la recolección de pilas usadas, recolección de aceites usados, así también a la protección de los páramos contra los incendios, y con el programa agua para todos, que se ha ido enfocando a nivel escolar en la ciudad.

El procedimiento es sencillo para los establecimientos ya que con la capacitación que recibe, y el sistema de sustentabilidad ayuda de esta forma a que las campañas luego de su paso sigan teniendo resultados.

Algunas de las campañas de de concientización sobre el cuidado del agua que pudimos obtener del departamento De gestión ambiental son:

¡Una Pila! Contamina el agua y el suelo por Siempre



Campaña que está enfocada en la recolección de las pilas usadas en donde por medio de panfletos y campañas a nivel institucional han ido fomentando la recolección de pilas usadas para posteriormente sean tratadas de forma que no contaminen el medio ambiente.

La campañas nos muestra una serie de soluciones como por ejemplo, Usar pilas recargables, Utilizar pilas de marcas reconocidas, no arrojar pilas a la basura, y



UNIVERSIDAD DE CUENCA

depositar en los diferentes puntos de recolección de la ciudad, también incluye información como la capacidad de contaminación que tienen las pilas según su composición,

Programa de Recolección de Aceites Usados.



Este programa se enfoca en la motivación hacia las personas para que recojan los aceites usados de sus automotores, que los pongan en recipientes y que los entreguen a los recogedores de aceites usados, esta campaña se distribuyó por medio escrito en donde el panfleto entregado tiene información sobre la labor que realiza gestión ambiental información sobre el nivel de contaminación que tiene un galón de aceite, los efectos negativos que causan los derrames de aceite, información de la forma en cómo se puede recolectar y entregar el aceite usado.

Los páramos y humedales agonizan por la intervención del hombre.



LOS PÁRAMOS Y
HUMEDALES
AGONIZAN POR LA
INTERVENCIÓN
DEL HOMBRE.

ETAPA

En esta campaña esta destina a la concientización del cuidado de los paramo, mostrando información sobre la importancia del paramo, en donde muestra de donde provienen los ríos Machangara, Tomebamba, Yanuncay, también nos muestra los tipos de efectos en zonas de paramo, consecuencia principal de las agresiones que sufre, los efectos de la práctica de deportes extremos el impacto ambiental que el provoca, también información de normativa que ampara la intención.(leyes que aseguran castigo a los que infrinjan con lo estipulado en la constitución)

La información a resaltar que contiene el panfleto es:

Principales Efectos de las Agresiones al paramo.

Modifica la estructura del suelo, contamina el agua (gasolina aceites.), destruye a su paso la cubierta vegetal nativa, altera la fauna mediante el ruido, Desviación de los cursos naturales del agua, compactación y erosión del suelo.



Ahorra Agua, Campaña Vasos Vacíos.



Campaña exclusivamente enfocada al ahorro del agua en donde nos muestra diferentes formas de utilizar el agua son tener que desperdiciarla, campaña llamada Vasos vacíos. Los consejos de esta campaña son claves para el proyecto que se va a realizar ya que se va a tratar sobre los consejos para ahorrar el agua como el no bañarse por tiempo prolongado, o el tirar basura en los inodoros.

La campaña muestra un mensaje claro en donde nos dice que hacer para evitar fugas, en los baños, como utilizar en la cocina, en el patio de la casa.

Indicándonos también la manera de detectar una fuga en la red intradomiciliari como: Mantener abierta la llave de paso del medidor, o cerrar bien todas las llaves (excepto las de paso), o cerrar la llave de entrada de agua del tanque de reserva,

Manejando la campaña con la frase “No existirá NADA para beber.” Siendo una frase muy directa para la concientización del uso del agua.



Existe una campaña que ya se ha llevado por un largo tiempo, que para mi modo de parecer es la más importante que se ha establecido en la ciudad teniendo alrededor de 1500 participantes.

Esta campaña se llama **“Agua para tod@s”**.

El programa de Educación Ambiental Urbano “Agua para Tod@s” se lo esta llevando desde el año de 1998, programa dirigido a niños, niñas educadores de escuelas del cantón Cuenca la cual busca fomentar en la niñez una cultura por el respeto a los recursos naturales principalmente el Agua.

Objetivos:

- *Desarrollar proyectos institucionales de educación y gestión ambiental en los centros educativos de la ciudad, con énfasis en las escuelas fiscales.*
- *Aplicar estrategias de gestión ambiental que identifiquen y generen soluciones a problemas ambientales presentes en las escuelas.*
- *Cuantificar el consumo de agua potable en los centros educativos participantes para optimizar su consumo.*¹⁶

La campaña de concientización esta dividida en diferentes fases que son.

- Diagnostico Ambiental de la escuela.
- Capacitación A docentes y formación de Eco-grupos de niños.
- Diseño e implementación de proyectos institucionales
- Sostenibilidad

Esta campaña es importante para mi proyecto ya que en base a esta efectuare mi producto final, por lo tanto me ayuda para saber la dirección de la campaña dándole como resultado ya un target al cual va a dirigirse.

Es importante recalcar que esta campaña se efectúa en niños de Escuelas, por eso su ejecución la analizaremos a continuación.

¹⁶ http://www.etapa.net.ec/DGA/DGA_pro_edu_amb_cam_con.aspx



2.3.1 Análisis gráfico. Entre campañas efectuadas en la ciudad.

Es claro que en la ciudad las campañas de Concientización del Agua han sido empleadas por una sola institución, la problemática de esta es que para el target planteado en el proyecto final de la tesina no puede funcionar por la poca utilización de personajes animados o de una campaña específica para el ahorro del agua.

Las campañas de la recolección de pilas tienen un fin muy distinto, al de la recolección de aceites usados al igual que la campaña de protección de paramos pero mucho más distinta de las campañas de Ahorro del Agua “Agua para tod@s”.

Es por eso que del modo que se vaya manejando una con otra se podría comparar en la ejecución pero no en tema central de cada campaña.

Ahora en cuanto a la parte analítica de las campañas encontramos unas graficas concretas, elaboradas si, pero especificas para un público mayor, puede ser adolescentes, pero lamentablemente no es para niños,

En la campaña de recolección de pilas usadas, existe un personaje denominado el “PILOSO” cuya función es dar un poco mas suavidad a la campaña la cual ayuda de esta forma a llegar a un público infantil.



17

En la utilización de los panfletos se utilizaron graficas mas corporativas , mas sobrias, manejando una misma línea en las campañas de recolección de pilas, recolección de Aceites Usados, y de Protección de Paramos.

¹⁷ “Piloso” mascota utilizada para la campaña de recolección de pilas usadas.




ETAPA a través del trabajo constante de la Subgerencia de Gestión Ambiental ha logrado grandes objetivos en el cuidado del agua y el ambiente promoviendo programas de saneamiento ambiental, es por este motivo que desde finales del año 1988 en que ETAPA estableció el PROGRAMA DE CONTROL DE CONTAMINACIÓN POR ACEITES USADOS hasta el año 2009 se ha recolectado y eliminado de una forma totalmente segura para el ambiente y la salud humana más de 2.706.611 galones de aceite mineral usado, logrando evitar una altísima contaminación de agua, suelo y atmósfera, así como también prevenir grandes afecciones a la salud pública.

Un galón de aceites lubricantes usados provenientes del cambio de un vehículo, puede contaminar un millón de galones de agua fresca y volverla inservible para el consumo humano, agua que satisficaría las necesidades de consumo de cincuenta personas por un año.

En el Ecuador, al aceite usado se lo utiliza como aceite de relleno, entre cambios para vehículos; como pulverizador, en el lavado de autos, como plaguicida, para controlar el polvo en los caminos, para proteger al ganado vacuno de parásitos subcutáneos y para el tratamiento de madera, entre otros usos.



EFFECTOS NEGATIVOS QUE CAUSAN

Estos usos generan efectos negativos como son las emisiones de gases, contaminación de ríos y receptores de agua, desertificación del suelo y enfermedades en la población para cuyo destino los lubricadores y los talleres de cambio de lubricantes se hallan almacenando los aceites usados, atraídos por la retribución de precio que reciben por el entrego. Por lo tanto, la única manera de prevenir la contaminación, daños a la salud, y calidad de vida de la población, es evitando que el aceite llegue al medio ambiente.

No Derrames los Aceites Usados son muy peligrosos

- 1 litro de aceite usado puede llegar a formar una mancha de 4.000 metros cuadrados.
- El tener compuestos tóxicos causa graves problemas en la naturaleza.
- Al ser lanzados los aceites al sistema de alcantarillado de la ciudad, estos llegarán a la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales de Ucubamba, provocando el mal funcionamiento y deterioro de la misma.
- 1 gota de aceite mineral usado contamina 1.000 litros de agua.
- 5 litros de aceite quemado contaminan el aire que una persona respira en tres años.

18

LEGISLACIÓN RELACIONADA CON EL TEMA

Desde el mandato constitucional en el artículo 71 se manifiesta que la Naturaleza o Pacha Mama es sujeto de derechos que se debe respetar íntegramente. Además se listan otros textos legales que respaldan este mandato:

1. Constitución de la República del Ecuador: Artículos: 73 - 395 - 396 - 406
2. Ley de Gestión Ambiental Artículos: 16 - 39
3. Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre Artículos: 78 - 81
4. Código Penal - Artículos 65, 437h
5. Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria - TULAS - Artículos: 16 - 20
6. Ordenanzas Locales
 - Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca: Determinaciones para el Uso y Ocupación del Suelo Urbano
 - Control de la Subcuenca del Río Torrebambas Relativa a la Captación de Agua para la Planta del Coballar.

NORMATIVA QUE AMPARA LA INTENCION

En las cuencas hidrográficas de los ríos Yanuncay y Tarqui son zonas intervenidas por deportes extremos y se encuentran dentro del Área de Bosque y Vegetación Protectora (ABVP) Yanuncay - Tarqui, declarada con esta categoría de conservación por el Estado a partir del año 1985.

QUÉ ES UN ÁREA DE BOSQUE Y VEGETACIÓN PROTECTORAS (ABVP)

De acuerdo al ítem II del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS), en el Art. 16, se define que son ABVP aquellas formaciones vegetales, naturales o cultivadas, arbóreas, arbustivas o herbáceas, de dominio público o privado, que estén localizadas en áreas de topografía accidentada, en cabeceras de cuencas hidrográficas o en zonas que por sus condiciones climáticas, edáficas e hídricas no son aptas para la agricultura o la ganadería. Sus funciones son las de conservar el agua, el suelo, la flora y la fauna silvestres.

Además en el Art 20 se señala que las actividades permitidas en las ABVP son:

- Apertura de frentes cortafuegos
- Control fitosanitario
- Fomento de flora y fauna silvestres
- Explotación de otros recursos forestales
- Manejo forestal sustentable conforme al plan de manejo integral.
- Actividades científicas, turísticas y recreacionales, previa autorización del Ministerio del Ambiente o la dependencia correspondiente.

CÓDIGO PENAL

Art. 65- El crimen especial rural: sobre las cosas que fueren objeto de la infracción; sobre las que han servido, o han sido destinadas para consumo, cuando son de propiedad del autor del acto punible, o del cónyuge, y sobre las que han sido producidas por la infracción misma.

Art. 437h - PROTECCIÓN DE BOSQUES O FORMACIONES VEGETALES: El que destruya, queme, dañe o talle, en todo o en parte, bosques u otras formaciones vegetales, naturales o cultivadas, que estén legalmente protegidas, será reprimido con prisión de uno a tres años, siempre que el hecho no constituya un delito más grave.



19

ETAPA, a través de la Subgerencia de Gestión Ambiental, trabaja en el cuidado del ambiente y sobre todo del AGUA, conservando su calidad desde las fuentes hasta la desembocadura en los ríos, por todos los puntos donde puede ser contaminada en su paso por nuestra ciudad.

El trabajo constante ha permitido grandes logros, sin embargo necesitamos de tu colaboración.

¡PONTE PILAS!

Deposita todo tipo de pilas usadas en los lugares que ETAPA dispone, identificados con este símbolo:




PROGRAMA DE RECOLECCIÓN DE PILAS USADAS

¿QUÉ SE HACE HOY EN CUENCA CON LAS PILAS?

Las pilas, una vez recolectadas por ETAPA, son clasificadas, neutralizadas y colocadas en envases plásticos sellados, con el fin de limitar totalmente la posible migración de contaminación. Luego serán incinerados en hornos para así crear monumentos ecológicos.

MONUMENTOS ECOLÓGICOS.

En base a concursos de diseño y para contribuir con el embellecimiento urbano se constituyen monumentos ecológicos.

Para el monumento existente en la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales de Ucubamba, se encasillaron 120.000 pilas de diferentes tipos, y alrededor de 400.000 pilas para el monumento del relleno sanitario de Pichacay.



Más información: Subgerencia de Gestión Ambiental ETAPA, Dirección: Ucubamba, Panamericana Norte Km. 6 1/2, Teléfonos: 2897500 / 2894218, Cuenca - Ecuador



20

Notamos que existe entre la ejecución grafica una similitud, en retícula y con excepción de una la cromática utilizada.

En campañas como las de Vasos Vacios, la grafica es totalmente distinta con la cual la existe un identificador grafico para esta campaña, así también el diagrama interior de

¹⁸ Interior, Panfleto de la campaña para la recolección de aceites usados.

¹⁹ Interior, Panfleto de la campaña para el cuidado de los Paramos.

²⁰ Interior, Panfleto de la campaña para la recolección de pilas usadas.



los panfletos es diferente a las citadas anteriormente. Tomando en cuenta que esta es una campaña que se realizó años atrás.



El manejo de color y la disposición son distintas, pero aun así está enfocado un target adulto.

En la campaña Agua para todos, nos damos cuenta que al ser dirigida a menores de edad, las graficas son distintas, vemos el tratamiento cromático que tiene, con la utiliza con de colores fuertes contrastaste, muy diferente a la de campañas ejecutadas, lo importante cabe recalcar de esta campaña que al llevar ya mucho tiempo, con el tiempo se ha ido mejorando cada vez mas.

Gracias a l departamento de gestión ambiental pudimos obtener material para ejemplificar en este documento.

La utilización de carteleras como parte de la campaña es importante porque ahí muestran claramente la línea grafica que se utiliza para comunicar su mensaje.

La cromática y la ilustración son elementos que están siempre presentes en campañas para los niños como ingredientes claves para llamar su atención.



Mostraremos una cartelera ecológica que sirve para indicar los recursos hídricos que posee la ciudad, y sus alrededores, en un mapa que se mezcla con la fotografía y la ilustración, combinada con la fuerte utilización del color.

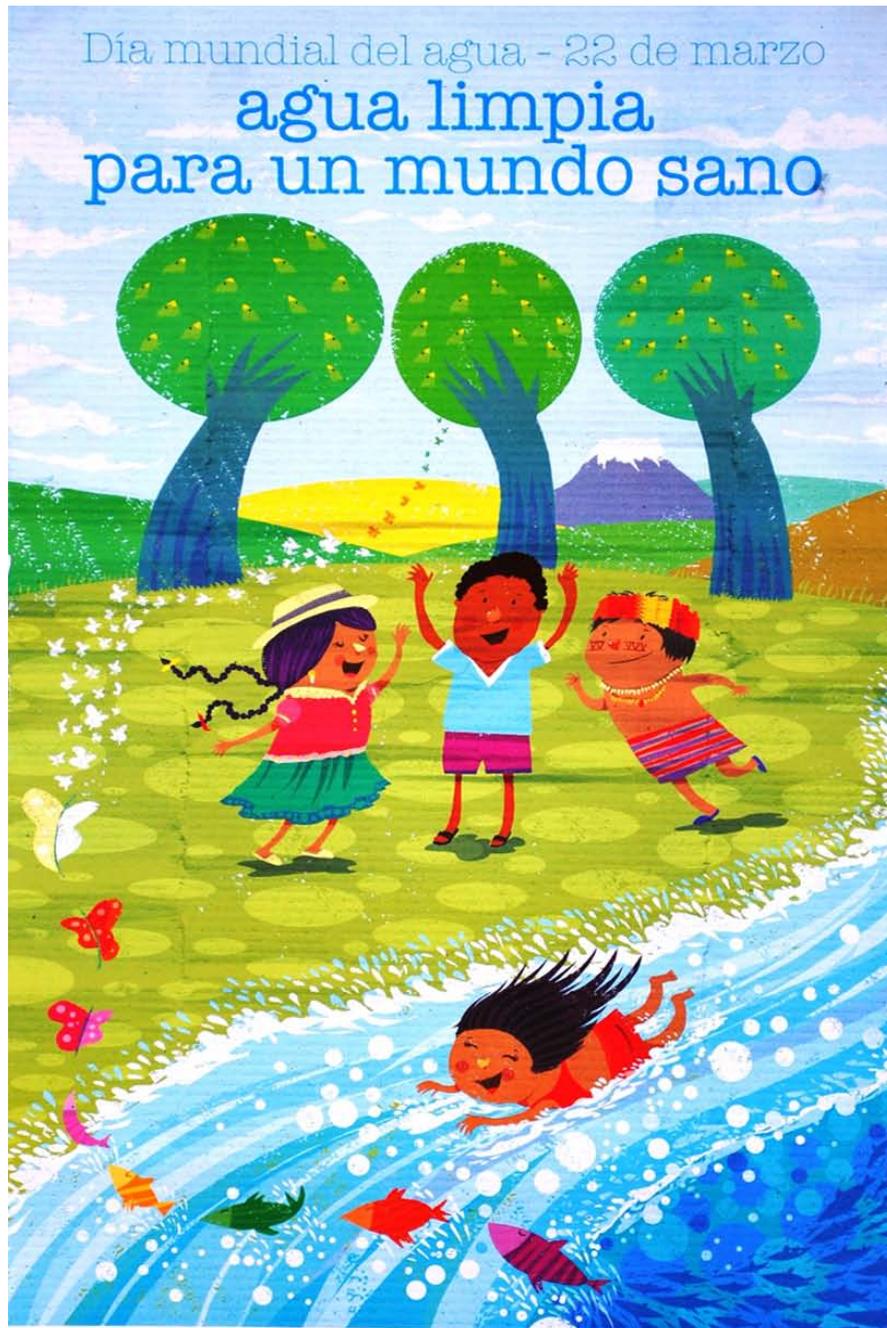


En detalles podemos mostrar el estilo de ilustración que se maneja en este mapa.





Luego de la utilización de la ilustración en un mapa de recurso hídricos, también existe uno en la utilización de la campaña “Agua limpia para un mundo Sano” ejecutada por el



Ven y participa con toda tu familia, tu escuela y tus amigos

Viernes 26 de febrero

Concurso de dibujo y pintura
Salón de la Ciudad
09h00

Del 15 al 19 de marzo

Charlas de sensibilización
Colegios de la ciudad

Viernes 19 de marzo

Feria del Agua con centros
educativos de la ciudad
Parque "El Paraíso", 09h00

Domingo 21 de marzo

Festival artístico por el
Día del Agua
Parque "El Paraíso", 10h00

Del 22 al 24 de marzo

Proyección de la película "Home"
Teatro Sucre, entrada libre
Horarios: 08h30, 11h00, 18h15



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Día Mundial del Agua.

La grafica llena de colores llamativos y de contrastes fuertes es importante recalcar todo esto combinada con el estilo de ilustración ejecutada.

Nos damos cuenta que el trabajo por los detalles es mayor por la utilización de texturas, y asi mismo en la composición del afiche.



Un afiche similar tenemos en la cartelera en donde se exhiben los resultados de la campaña “Agua para tod@s” en los 20 establecimientos educativos en el año en turno.

El diseño de información es sumamente importante y destacable por la utilización de los iconos que nos indica los resultados gráficamente.





En la campaña “Agua para tod@s” en la etapa de Capacitación A docentes y formación de Eco-grupos de niños utilizan materiales audio visuales para su enseñanza. Entre estos videos tenemos:

El ciclo del agua.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Este video Cuenta una historia en la que un personaje sale en busca de la aventura de descubrir en donde nace el agua.



Atravesando el cajas.

Video que cuenta el viaje de un bus en donde se encuentran singulares pasajeros, el video nos indica que no debemos de botar basura en las carreteras del cajas.





2.4 Conclusiones y Planteamiento del Proyecto.

Como conclusión, nos damos cuenta que en la ciudad existen campañas establecidas pero algunas no son bien ejecutadas para que los niños demuestren su interés, el medio audiovisual como observamos carece de parámetros que ayuden a captar la atención de los niños en el rango de edad que nos vamos a centrar, es por eso que luego de analizar las campañas, y del estudio de campo realizado logramos entender que los niños se aburren rápidamente, pero están prestos a historias, y productos que llamen mas su atención,

Es por eso que la idea del planteamiento de mi proyecto enfocado a los niños de 8 a 11 años debería de ser más agradable para que los niños la tomen en cuenta, por ello de la utilización de la animación, muy aparte a otras campañas que han tenido mucho éxito, y gracias a la visita de campo realizada en las lagunas de oxidación logramos definir que para que el prototipo funcione deberíamos de establecer un personaje, una historia que llame la atención de los niños.

De esta forma con la animación comunicamos un mensaje claro y directo obteniendo unos excelentes resultados en el producto final de nuestro proyecto.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo III.

Prototipo



3.1 Visita Técnica a las lagunas de oxigenación.

La visita se realizó en días pasados para obtener la información pertinente para poder elaborar el proyecto de tesina acerca del diseño del prototipo de animación para la utilización en las campañas de concientización de ahorro del agua.

En esta visita se pudo determinar la forma en la que llevan las campañas de ahorro del agua en nuestra ciudad, la que se elabora por medio de actividades entre las escuelas de nuestra ciudad, así también se puede determinar el impacto que ha tenido cada una de ellas, con más de 1500 alumnos anuales, de 20 escuelas diferentes, y de otros establecimientos que se los mantiene dando el seguimiento, llamándolos como sustentabilidad, la cual hace que luego de haber pasado por su escuela, los activistas de estas campañas sigan preocupándose por su proceso y de más formas de llevar la concientización en cada uno de los hogares y establecimientos educativos.

Tuvimos una entrevista con el Biólogo Juan Diego Pesantez que su cargo en el departamento de gestión ambiental es la de ejercer el trabajo de educador ambiental, la cual nos explicaba las diferentes capas que ya citamos en el capítulo anterior que trata sobre los tipos de campañas que se están ejecutando en la ciudad de Cuenca.

En las lagunas de oxigenación cuyo principal papel es el de tratar de llevar el agua a su cauce original con el tratamiento pertinente para tratar de purificarla.

Juan Diego nos cuenta, que el programa ambiental se basa en frases, la primera evaluación en la escuela, luego se realiza una capacitación a los profesores de esa forma abarcando a alumnos y profesores, a los alumnos se los divide en eco grupos, luego se procede a la evaluación ambiental del establecimiento donde identifican las problemáticas que se tienen con los desechos sólidos.

Luego se procede a la elaboración del documento donde están los diagnósticos obtenidos, luego, ya comienza a la elaboración de las campañas ambientales, creando, serie de calendarios ambientales, por fechas siguiendo de manera de itinerario de los diferentes programas desarrolladas.

Basados en el diagnóstico de hábitos en los alumnos, y en la revisión de falencias que tienen las Escuelas en el tema de tuberías, infraestructura, etc.



El proceso comienza en la enseñanza de donde nace el agua en nuestra ciudad en donde o hacen por medio de paseos ecológicos, los llevan a los páramos y de mas.

Para el proceso de enseñanza lo realizan mediante medios audiovisuales, videos, carteleras y de más, mostrando información local; así también, con explicaciones de diferentes formas de ahorro del agua como por ejemplo como cerrar bien las llaves, poner botellas con arena en el inodoro para ahorrar el agua.

De esta forma cada campaña es diferente y se algunos los resultados obtenidos van siendo desarrollados por los mismos de los niños en el mayor de los casos.

En gestión ambiental están establecidas las campañas de concientización desde el 2006 primero comenzando en la ciudad de Guayaquil y luego de un tiempo apropiándose como propia por parte de la empresa pública.

3.2 Elementos Gráficos y Escritos de la Propuesta que van hacer utilizados en la nueva campaña de Concientización.

Los elementos gráficos que se van a utilizar en la propuesta del proyecto están diseñados para ser utilizados en niños con un rango de edad de 8 a 11 años, primero la utilización de colores fuertes y contrastantes será una de las claves para comunicar el mensaje.

Así también en el proceso de la elaboración se ha ido construyendo un personaje principal para ayudar con el mensaje a transmitir en base a investigación realizada sobre los comportamientos de los niños.



3.2.1 Guion de la Animación

Sec.1	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena 1 Baño.	P1	Plano detalle. El personaje está comiendo un chocolate, luego lo tira al inodoro.	Música tenue, Sonidos, propios de acción (desenvolviendo una golosina), masticando.		4 sec.
	P3	Plano Detalle, Suelta la llave del inodoro, expulsa el agua, y el envoltorio se va por el inodoro.	Sonido de inodoro expulsando agua		5 sec.
	P4	Plano General, Coloca su toalla en el colgante, abre la cortina de baño y entra a la ducha	El sonido de una ducha abriéndose		10 sec.

Sec.2	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena 2 ducha	P1	Plano medio. El personaje muy feliz bañándose mientras se ducha, cantando una canción.	Canción cantada en una ducha	El de la canción.	10 sec.
	P2	Plano detalle, de un reloj, cambiando el minuterero avanzando 30 min,	Tic tac de un reloj, una persona cantando, el sonido de agua cayendo en una ducha.	E l de la canción	10 sec.
	P3	Plano Detalle, El agua comienza a salir del borde de la bañera, y se muestra al personaje preocupado.	El del agua cayendo más fuerte,	Personaje: elelele se jodio.	10sec.

Sec.3	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena 3 Ducha	P1	Plano general, El personaje se muestra preocupado porque ya está inundado el baño y posteriormente su casa.	Música tenue, el personaje comienza a hablar debajo del agua.	Personaje: Que hago....?	15 sec.
Baño	P2	Plano , general, el personaje comienza a nadar hacia el inodoro para soltar el agua,	Ducha abierta, burbujas		10 sec.
	P3	Plano detalle, Suelta el agua pero el agua dl inodoro regresa contaminando la inundación.	Inodoro trabado , Música fuerte	Personaje. Ayúdenme y ahora quien me ayuda	10 sec.



Sec.4	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena4. Presentación de Súper Conejin	P1	Plano General, Presentación del Personaje, colores contrastantes, en un cuadro de texto con la frase “Súper Conejin Protector del agua.”	Canción Referente al agua.	Súper Conejin: Yo lo ayudare señor!	15 sec.
	P2	Plano , general, Súper Conejin, en dirección a la casa del personaje,	Música alegre		10 sec.
	P3	Plano Escorzo, se muestra a Súper Conejin ya legando a la casa del personaje	Música alegre	Súper Conejin: Ahí está la casa lo voy a Ayudar.	10 sec

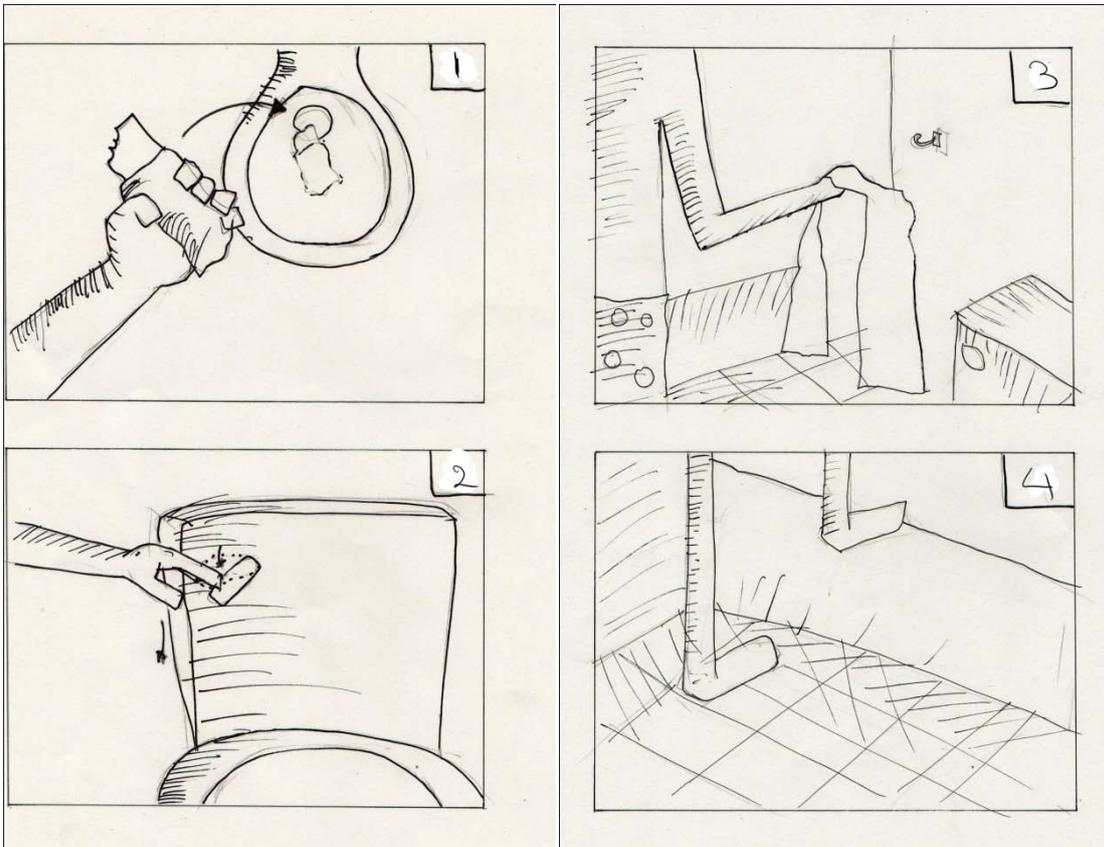
Sec.5	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena 5 Afuera de la Casa.	P1	Plano General, Súper Conejin, Tratando de Romper la Ventana para ayudar al Personaje a escapar	Ducha abierta, Súper Conejin queriendo romper un vidrio		15 sec.
	P2	Se muestra una imagen simulando a una explosión, luego el personaje aparece sentado con la casa destrozada y mojado	Explosión	Personaje. Porque le paso esto a mi casa porqueeeee	10 sec.
	P3	Plano Escorzo , Súper Conejin con el personaje hablando	Música tenue	Súper Conejin: Señor eso no se vuelve hacer.	10 sec

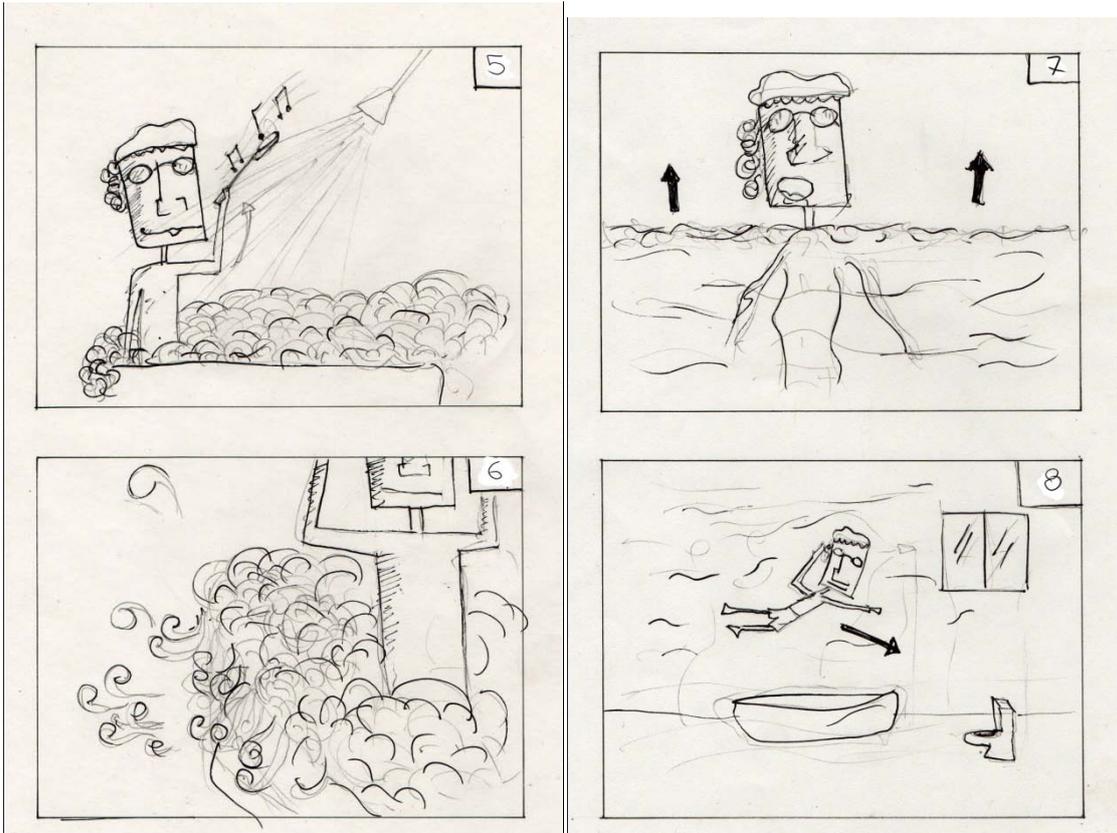
Sec.6	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	texto	
Escena 6. Afuera de la casa	P1	Plano General, Se muestra a nuestro personaje, explicando el porqué no tomar duchas prolongadas y no tirar basura en el inodoro.	Música tenue	Súper Conejin: Recuerda que tomar duchas prolongadas es malo y botar basura al inodoro porque se te puede tapan la cañería.	20 sec.

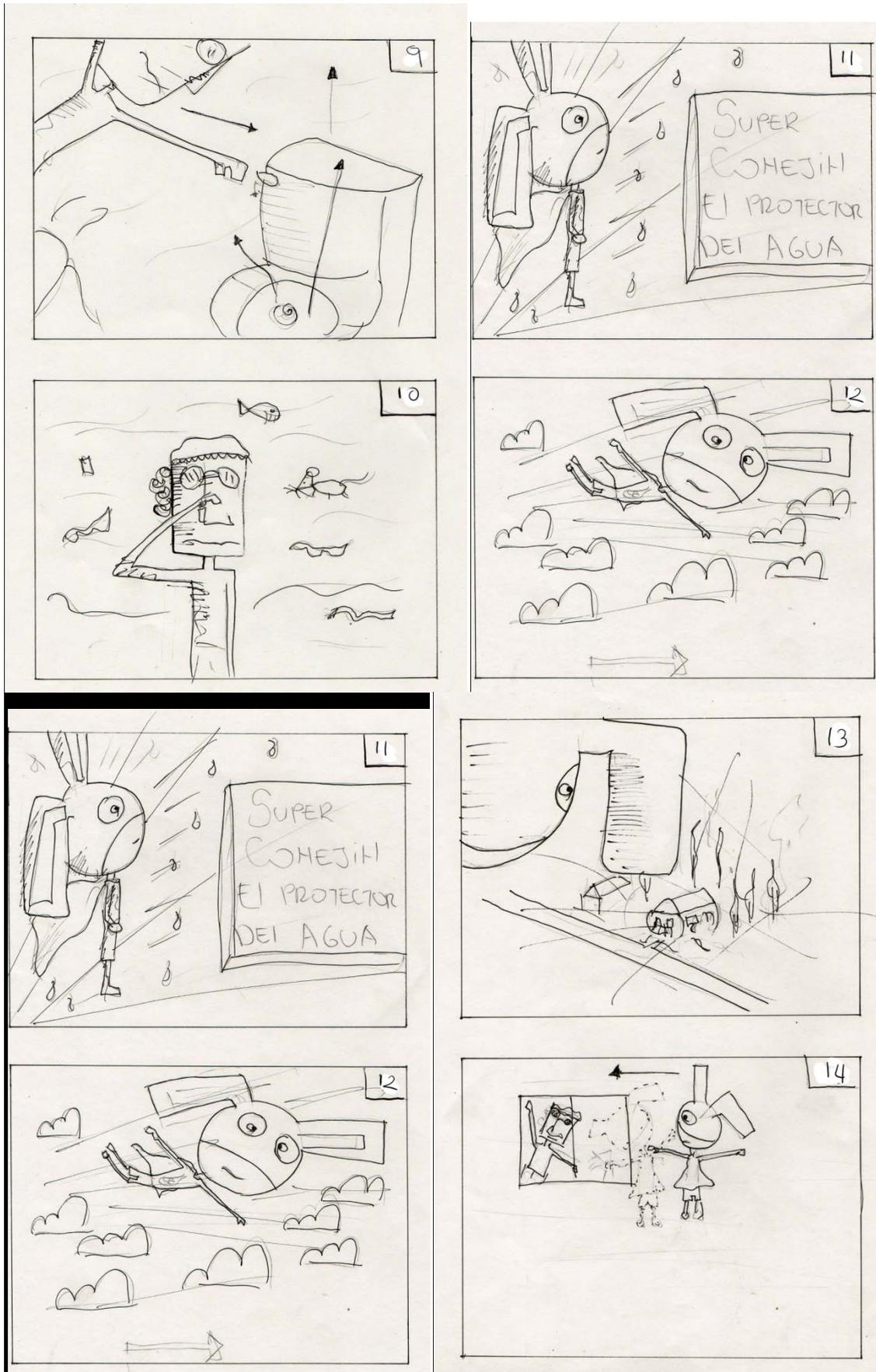


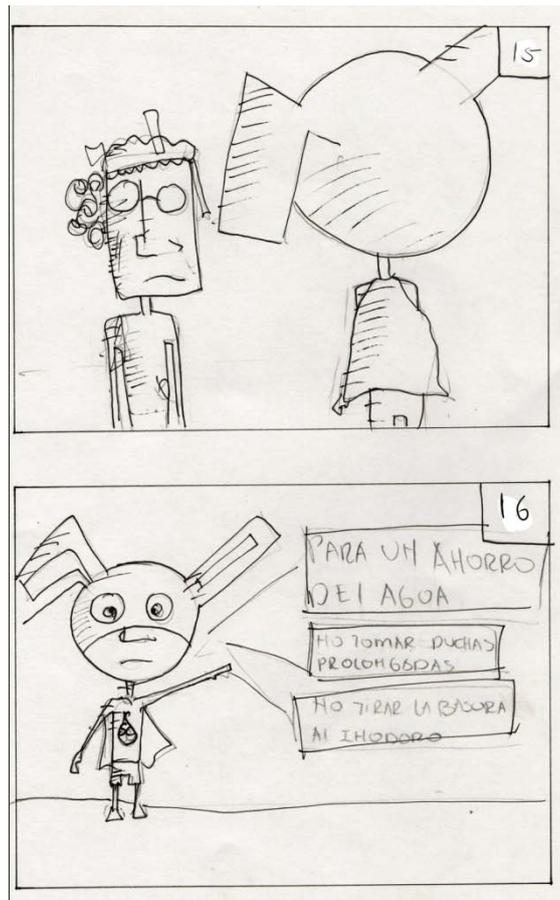
	P2	Créditos	Música alegre		10 sec.
--	----	----------	---------------	--	---------

3.2.2 StoryBoard en Base al guión escrito.









3.3 Proceso de la creación del personaje principal de nuestra animación.

El proceso de creación del personaje se basó en tres etapas. La primera etapa fue el bocetaje para concebir la idea principal de lo que se intentaba hacer.

Con referencia a los animales del paramo en este caso optamos por utilizar al conejo por ser un personaje amigable con los niños.





Partiendo de él identificador procedimos a los primeros indicios de personaje, en primera instancia creamos dos, uno que representaba a los animales del paramo (conejo), y el otro que representaba a las aves del cajas.

Pero antes ya se tenía también un boceto previo de donde obtuve un estilo de trazo muy diferente.



Gracias a la ayuda de mi tutor definimos que no era el estilo de ilustración correcto para niños de 8 a 11 años así que procedí a diseñar los otros.

3.3.1 Creando el personaje.

En esta segunda etapa pusimos la definición del personaje para nuestro proyecto para lo cual definimos que.

Concepto del personaje.

El personaje será dirigido a niños, por lo que debe de ser un niño, para ser más reales y que los niños se identifiquen enseguida con él .

Debe tener valores de cuidado del agua, inteligente, dinámico, alegre, preocupado por los demás, teniendo una historia previa del por qué decidió cuidar el agua.



Nuestro personaje decidió cuidar el agua por que se dio cuenta que en la ciudad de cuenca nadie valora el ahorro y no tiene conciencia del agua con respecto a que algún día se puede acabar.

También evita la violencia en lo que es posible al ser un activista ecológico lo resuelve todo con concejos.

El estilo que tiene mi personaje es bajo un disfraz de conejo y se hace llamar “El Súper Conejin” el protector del agua, teniendo en cuenta los animales del paramo.

El estilo de ilustración que se prefirió manejar fue muy diferente al que se propuso en primera instancia ya que es un estilo muy suave que a los niños les gusto mucho.

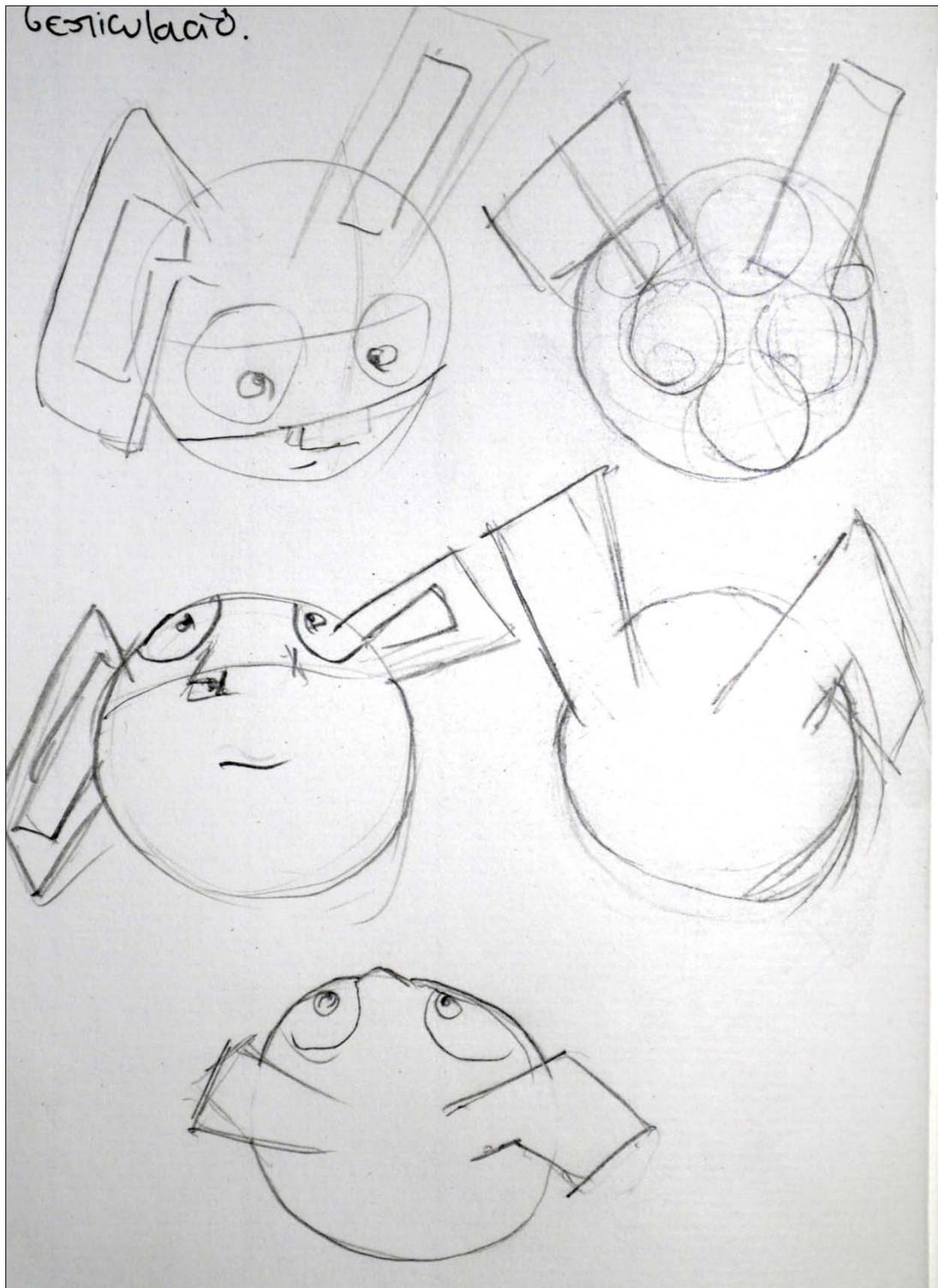


21

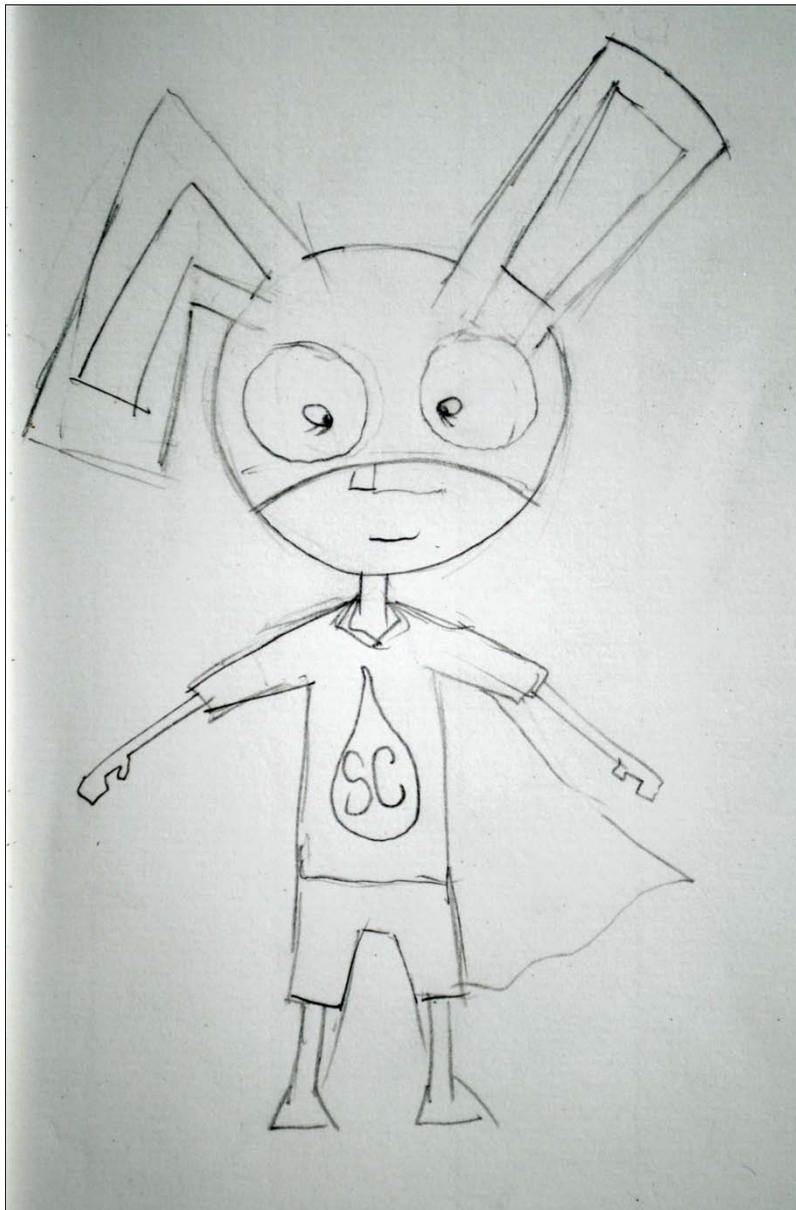


Ya en base a estas referencias procedimos a la elaboración y caracterización del personaje final teniendo en boceto lo siguiente.

²¹ Imagen encontrada en : <http://cobijocamijanes.blogspot.com/2010/08/pequenos-mamiferos-comunes.html> para lo cual hemos elaborado.



Y como boceto final para luego su posterior tratamiento digital es el siguiente.



3.3.2 Elección de las propuestas finales de personaje en base a encuestas realizadas en Establecimientos educativos con niños de 8 a 11 años.

Se tomo como referente a 50 niños para la encuesta y el estudio de campo, gracias a estas encuestas se definió el personaje final.

Se les pregunto que si les gustaría que se utilicen dibujos animados para campañas de concientización, y la respuesta fue en un total si y el porqué era que mayoría no prestaba atención cuando iban a los educadores ambientales y se aburrían demasiado rápido.



Se les pregunto si estaban de acuerdo que se incluya otro tipo de personajes aparte de las ya establecidas, y ellos respondieron que si estaban de acuerdo y el porqué, decían que no se sentían seguros con esos personajes y por eso no les prestaban atención a las campañas.

Se les puso a escoger tres diferentes personajes y el resultado fue el siguiente.



Eligieron el personaje del medio, determinándolo como más amigable, que les gusta más se identifican mas y que si estuviera en una animación estarían atentos de lo que sucede con el personaje.

Ya con el personaje escogido con la ayuda de mi tutor procedimos a la depuración del contenido que tiene el personaje y se determino que su traje seria el siguiente.



Puesto que se define mas por el color similar al de un conejo de paramo y la gota de agua relacionándolo directamente con el tema del proyecto.

3.4 Desarrollo de la Propuesta final.

La animación se va a realizar por medio software como flash y after effects para la post producción,

El proceso será por animación de fotogramas con la utilización de las herramientas del flash para su correcta elaboración, con la ayuda de Ilustrador para la creación de los personajes y Photoshop para los detalles, luego exportaremos a flash para darle la animación respectiva.

Con la utilización de los conceptos ya enmarcados de color y composición establecidos en el guion y en el StoryBoard, llevaremos a cabo la animación respectiva que incluye en el disco de entrega del documento.



3.5 Conclusiones.

Con la realización del producto final e cumplido con mis dos objetivos específicos, también he contribuido con un material extra que puede ser utilizado en niños para futuras campañas de concientización del Ahorro del agua.

En el estudio realizado llegué a determinar que la mejor forma de enseñar a los niños es mediante la utilización de los medios audiovisuales que incluyan animación, con personajes etc., de esta forma ayuda para que los niños se concentren más y puedan captar la información que se les está otorgando.

Con la realización del proyecto queda terminada la tesina final para la obtención título de diseñador gráfico, con la gratificante tarea de aprender más sobre una técnica en este caso la animación mediante software.

Bibliografía.

FUNDAMENTOS DE LA ANIMACION, The fundamentals of Animation, Primera edición 2007, Paul Wells, Editorial Parramón, Empresa del Grupo Editorial Norma de America Latina. ISBN:978-84-342-2947-9.

Pag 88,89,90,91.

ARTE Y TECNICA DE LA ANIMACION, clásica, corpórea, computada para juegos o interactiva, Rodolfo Sáenz Valiente, 1Edición, buenos Aires, Ediciones de la Flor 2006, ISBN: 950-515-573-6

ANIMATION NOW, Anima Mundi, Ed. Julius Wiedemann, 2004 taschen, ISBNspanish, italian, portuguese: 3-8228-3220-0 printed in italy

Advertising Next, tom himpe. Editorial Blume ISBN:978-84-9801-346-7 impreso e Singapur.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FORO DE LOS RECURSOS HIDRICOS, tercer encuentro nacional, Documento de discusión, todos por el agua el agua para todos, Risoergraph, Quito-Ecuador

PROCESOS EVOLUTIVOS Y ESCALA OBSERVACIONAL DEL DESARROLLO (del nacimiento a la adolescencia), Francisco Secadas, Ediciones TEA, S.a. Madrid 1992

Web.

<http://www.etapa.net.ec>

http://dac.escet.urjc.es/rvmaster/rvmaster/asignaturas/mdp/bloque2/intro_creacion_personajes.pdf

Anexos.

Fotografías Otorgadas por el departamento de gestión ambiental en donde nos muestran la ejecución de las campañas que ellos realizan.





UNIVERSIDAD DE CUENCA





Fotografías que afirman la ejecución de la elaboración de las encuestas a los niños.



