



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UNA
CAMPAÑA SOCIAL
PARA CONCIENTIZAR SOBRE LAS
CONSECUENCIAS
DEL EMBARAZO EN LA
ADOLESCENCIA

TRABAJO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR
GRÁFICO

AUTOR
VINICIO MOROCHO
TUTOR
MST. JUAN MALO
CUENCA - ECUADOR
2015



**DISEÑO DE UNA CAMPAÑA SOCIAL PARA
CONCIENTIZAR SOBRE LAS CONSECUENCIAS
DEL EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA**

VINICIO MOROCHO

Autor

Vinicio Morocho Salinas

Las imágenes y fotografías están con su respectiva cita, excepto las que son realizadas por el autor.

Tutor

Mst. Juan Santiago Malo.

Diseño

Vinicio Morocho Salinas.

Audio

Kriga Estudio Musical.

Impresión

Selfprint Imprenta Digital.

Cuenca – Ecuador

2015

DEDICATORIA

**A TODA LA JUVENTUD ECUATORIANA Y EN
ESPECIAL A MI HIJA
ISABELLA MOROCHO**

EL MEDIO PARA HACER CAMBIAR DE
OPINIÓN ES EL AFECTO, NO LA IRA.
DALAI LAMA



CONTENIDOS

CAPÍTULO 1



CAPÍTULO 2



| | |
|-------------------------------------|----|
| RESUMEN | 14 |
| INTRODUCCIÓN | 16 |
| 1 EMBARAZO ADOLESCENTE | |
| Definición | 21 |
| Incidencia | 23 |
| Causas | 23 |
| Consecuencias | 24 |
| 2 CULTURA Y SOCIEDAD | |
| Definición | 27 |
| Importancia dentro de la publicidad | 28 |

| | |
|---|----|
| 3 COMUNICACIÓN | |
| Definición | 29 |
| Comunicación social | 30 |
| Campañas de publicidad social | 30 |
| Estrategias de la persuasión | 31 |
| Persuasión en el cambio del pensamiento | 31 |
| Tecnología en la comunicación | 32 |
| Redes sociales | 32 |
| Comunicación visual | 32 |
| Percepción en la comunicación | 33 |
| Leyes de la Gestalt | 34 |
| Elementos básicos de la comunicación visual | 36 |
| Técnicas de la comunicación visual | 38 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 4 ILUSTRACIÓN | |
| Definición | 40 |
| Creación de personajes | 41 |
| Bocetación y Digitalización | 42 |
| 5 ANIMACIÓN | |
| Definición | 43 |
| Motion graphics | 44 |
| Características | 44 |
| Tipos de motion graphics | 44 |
| Evolución y posicionamiento | 45 |

| | |
|---------------------|----|
| ENTREVISTAS | 46 |
| HOMÓLOGOS | 51 |
| CONCLUSIONES | 58 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 1 BRIEF CREATIVO | |
| Personal Designer | 62 |
| Antecedentes | 63 |
| Objetivo comunicacional | 63 |
| Grupo objetivo / Target | 63 |
| Tono | 64 |
| Variables a tomar en cuenta | 64 |
| Medios | 64 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 2 SISTEMA DE DISEÑO | |
| Forma y Función | 65 |
| Uso / Usabilidad | 65 |
| Redes sociales | 65 |
| Animación | 65 |
| Arquitectura de la información | 65 |
| Funcionamiento | 65 |
| Estilo | 67 |
| Tipografía | 67 |
| Imágenes | 67 |
| Cromática | 67 |
| Animación | 67 |
| Ilustración | 67 |
| Audio | 67 |
| Formato | 67 |
| Tecnología | 67 |
| Programación | 67 |
| Plataformas | 67 |

C A P Í T U L O 3



| | | | | |
|----------------------------|----------------------|----|------------------------------|-----|
| 1 IDEACIÓN | Lluvia de ideas | 70 | Storyboard | 92 |
| | | | Digitalización | 98 |
| | | | Animación | 104 |
| 2 SISTEMA DE DISEÑO | Condicionantes | 75 | RESULTADOS Y ALCANCES | 110 |
| | Determinantes | 76 | EXTRAS | 114 |
| | Campaña | 82 | CONCLUSIONES | 118 |
| | Perfil de personajes | 88 | RECOMENDACIONES | 119 |
| | Guionización | 88 | BIBLIOGRAFÍA | 121 |

GALERÍA DE IMÁGENES

| | | |
|---|--|------|
| http://goo.gl/uYfVdk | [01] http://goo.gl/LcXMqn | [24] |
| http://goo.gl/LDZAzn | [02] http://goo.gl/wrbCns | [25] |
| http://goo.gl/nBXUXO | [03] http://goo.gl/2GRQGN | [26] |
| http://goo.gl/W4Kp51 | [04] http://goo.gl/FaWLv1 | [27] |
| http://goo.gl/S6QTDT | [05] https://goo.gl/IYpkjv | [28] |
| http://goo.gl/um5a94 | [06] http://goo.gl/ah5NIS | [29] |
| http://goo.gl/jRUJEG | [07] http://goo.gl/PKLNQD | [30] |
| http://goo.gl/zWDiZN | [08] http://goo.gl/qd5G2u | [31] |
| http://goo.gl/5I0kxa | [09] http://goo.gl/6s45tL | [32] |
| http://goo.gl/jxSgoY | [10] https://goo.gl/7qbYNo | [33] |
| http://goo.gl/kC2DIC | [11] https://goo.gl/mtYygM | [34] |
| http://goo.gl/0d5C7e | [12] https://goo.gl/ctAWV8 | [35] |
| https://goo.gl/aW7N2W | [13] http://goo.gl/vXmxL | [36] |
| http://goo.gl/1Zs3kx | [14] http://goo.gl/qvsTgg | [37] |
| https://goo.gl/aG8I6F | [15] http://goo.gl/hRzogB | [38] |
| https://goo.gl/K11pja | [16] https://goo.gl/rHY6Yf | [39] |
| http://goo.gl/UzMGf0 | [17] http://goo.gl/9z6wbd | [40] |
| http://goo.gl/VqS9fO | [18] http://goo.gl/WO7xud | [41] |
| http://goo.gl/yTZMQS | [19] http://goo.gl/JgV9ls | [42] |
| https://goo.gl/N414Li | [20] https://goo.gl/RPlj7V | [43] |
| http://goo.gl/ZncZi6 | [21] http://goo.gl/n5iOCzSud | [44] |
| https://goo.gl/8GMswH | [22] http://goo.gl/CGXDhy | [45] |
| https://goo.gl/W6ABHu | [23] | |

RESUMEN

DISEÑO DE UNA CAMPAÑA SOCIAL PARA CONCIENTIZAR SOBRE LAS CONSECUENCIAS DEL EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA.

El embarazo en adolescentes ha sido un tema polémico desde siempre, ya que afecta a factores de salud, sociales y económicos en nuestra población. En la actualidad, la escasa comunicación y la falta de formación sobre los riesgos de un embarazo adolescente han contribuido a que esta problemática se mantenga. La propuesta planteada en este proyecto, es la de concientizar sobre el embarazo en adolescentes y sus repercusiones, mediante una campaña diseñada y producida con el recurso de Motion Graphics y nuevas tecnologías alternativas de difusión por medio de redes sociales generando un alcance mayor del público objetivo.

Topic: Use of a social campaign to raise awareness about sexual education.

Project Title: Design of a social campaign to raise awareness about the consequences of teenage pregnancy

ABSTRACT

Teen pregnancy has always been a controversial issue, since it affects health, social and economic factors in our population. Currently, poor communication and lack of education about the risks of teen pregnancy, have contributed to sustain this problem. The proposal made in this project is to raise awareness on teen pregnancy and its impact, through a campaign designed and produced with the use of motion graphics and new alternative dissemination technologies by means of social networks, generating a wider scope to the target audience.

Keywords: Education, Training, Youth, Sexuality, Premature, Animated, Social Networks, Motion Graphics, Health, Economic, After Effects, Flat Design, Society



Vinicio Morocho
Student



Mgstr. Juan Malo
Graduation Project Director




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

Generalmente en la adolescencia empieza la búsqueda de la autonomía, también se puede definir como la etapa de un proceso que va desde la niñez hasta la edad adulta, debido a que existen cambios tanto físicos como psicológicos. Ahora un embarazo en la adolescencia es una responsabilidad en la cual los adolescentes no están preparados para poder asumirla.

En nuestra sociedad ecuatoriana existen embarazos en adolescentes. Según EFE News Services, Inc. "Tras Venezuela, una de las tasas más altas de América Latina se registra en Ecuador, donde más del 17% de las jóvenes de entre 15 y 19 años son madres". (EFE. 2012). Tanto es así que las personas adultas se han acostumbrado a ver esto como algo normal, sin percatarse de los posibles riesgos en las madres adolescentes, ya que se exponen a posibles partos problemáticos, así, exponiendo la salud tanto para la madre como para el ser que está en gestación.

Este índice elevado es preocupante debido a la poca formación e información que existe y constan varios factores que no son tomados en consideración a la hora de tomar medidas para la disminución de este problema social.

Por lo tanto el embarazo en adolescentes implica varias causas como la incomprensión por parte de los padres, la falta de comunicación y el abandono formacional. Los cuales tienden a pensar que forzar al matrimonio es una manera de resolver el problema. Dentro de las consecuencias existen factores tanto de salud, rechazo social y falta de oportunidades laborales que de alguna manera esto influye en su economía.

Según Keen, K". Los expertos apuntan a la falta de educación sexual y a la falta de comunicación entre las adolescentes y sus familiares. Aun así, la información y la creación de oportunidades para estas jóvenes pueden ayudar, considerablemente, a reducir esta creciente tasa y reducir el embarazo entre las adolescentes". (Keen, K. 2008). Es por esto que la información debe ser transmitida de manera que llegue a concientizar responsablemente, ya que por su vulnerabilidad son más propensas a correr un riesgo fatal.

Por este motivo que se ha visto necesario continuar con la contribución buscando una nueva alternativa que logre llegar a los adolescentes de forma masiva y estimule a generar conciencia mediante una campaña multimedia redes sociales, donde se podrá informar, y a su vez promover la atención de los adolescentes, para que el contenido sea aprovechado de mejor manera.

CREATIVIDAD ES SER UN DESCUBRIDOR PERMANENTE
DE NUEVOS PROBLEMAS.

MIGUEL CORNEJO

CAPÍTULO I

C O N T E X T U A L I Z A C I Ó N



EA

EMBARAZO ADOLESCENTE

“Los tres principales fenómenos que caracterizan los cambios en la adolescencia son el crecimiento biológico o puberal, la maduración cognitiva con el inicio del pensamiento abstracto y el desarrollo psicosocial, que avanza de la dependencia en la niñez a la autonomía de la edad adulta”.

(Montesdeoca, 2010: 6)



Dra. Ruth Montesdeoca

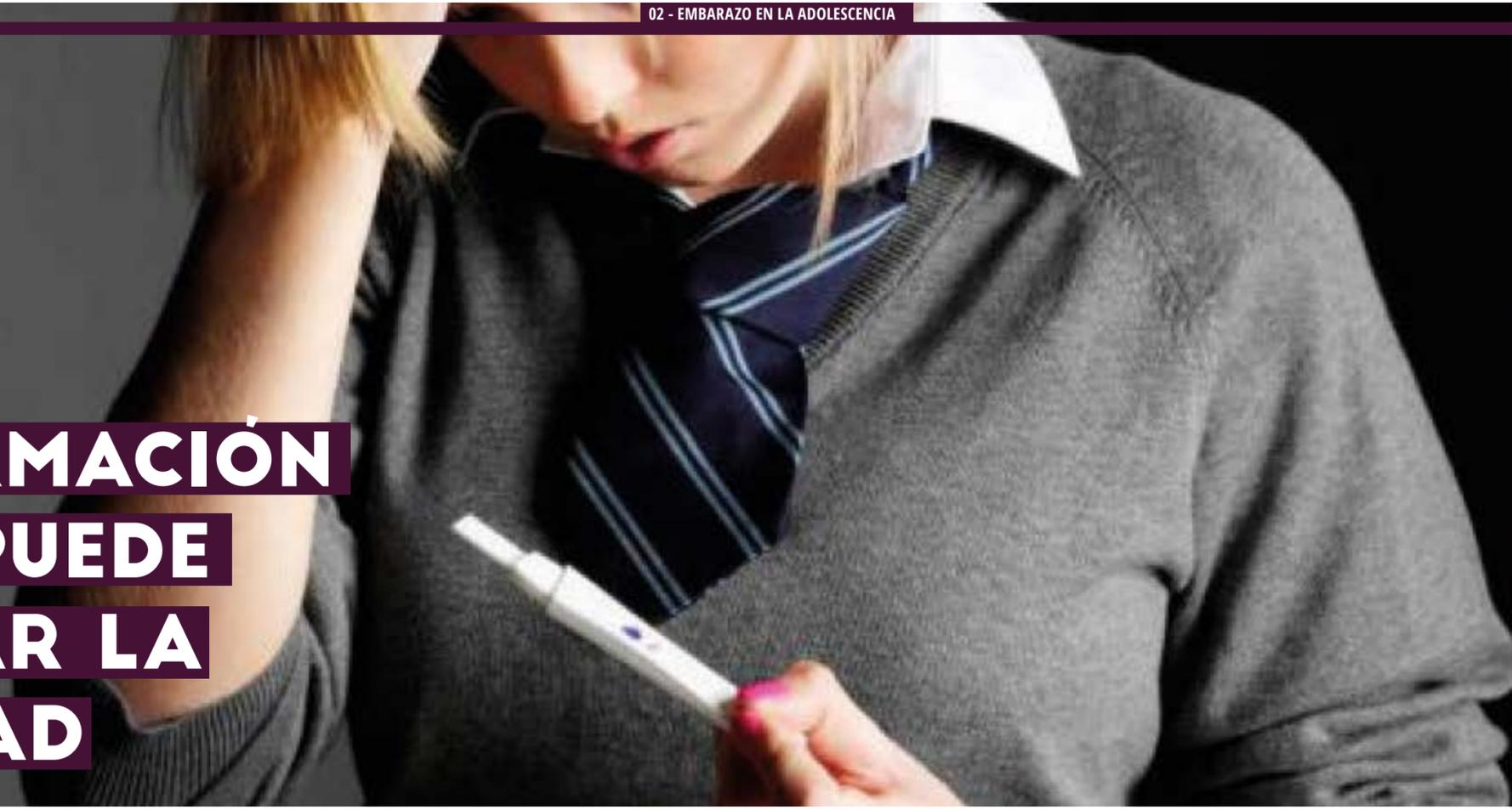


Psc. Lorena Koppel

Antes que nada, es necesario definir qué es un adolescente. Lorena Koppel Psicóloga Clínica especialista en adolescentes del Hospital Monte Sinaí, mediante una entrevista en el año 2014 en la ciudad de Cuenca, señala que “La palabra adolescente proviene del termino adoleceré, que quiere decir que adolecen una serie de circunstancias y dificultades porque les cuesta mucho

cambiar y dejar de ser niños para convertirse en adultos”. Principalmente ocurre en edades de trece hasta los diecinueve años de edad, pero ahora la adolescencia es mucho más temprana, debido a que existe un desarrollo más avanzado y es una denominada etapa de desarrollo biológico, psicológico y social.

SIN FORMACIÓN NO SE PUEDE CAMBIAR LA REALIDAD



Ahora un embarazo en la adolescencia implica un embarazo de alto riesgo dentro de la salud, tanto físico como emocional, por el hecho de no saber cómo afrontar esta situación que no fue planificada, y ocurre por que no miden las consecuencias, ni toman medidas de prevención, por la falta de madurez que existe en esta etapa. A esto también se junta la falta de formación sobre el tema de sexualidad, como también de criterio para poder asimilar o discernir qué informa-

ción es adecuada porque cada adolescente tiene una historia diferente. Olga Pulla Ex Directora de FIA (Formación Integral de las Adolescentes), y Psicóloga del Colegio Manuela Garaicoa, mediante una entrevista realizada en el año 2014 en la ciudad de Cuenca, afirma que "Sin formación no se puede cambiar la realidad, una formación integral en todas las áreas del ser humano. Hoy en día, vivimos bombardeados de información por los medios, tanto en el ámbito científico, social, político y en eventos educativos, pero nos olvidamos de la parte más importante: ayudar a crecer con conciencia crítica, para que ellos puedan asumir y puedan vivir esa realidad".

CAUSAS ▶

Las causas que comúnmente generan un embarazo a temprana edad son múltiples pero señalaremos las más relevantes.

Una de las causas ocurre por el abandono de los padres, ya sea por la migración, al dejar a los adolescentes muy pequeños al resguardo de sus familiares más cercanos: tíos, abuelos, etc. También ocurre por la poca comunicación y la estrecha relación que existe entre padres e hijos, debilitando la carencia de afecto, y los deja mucho más vulnerables a buscar ese afecto fuera de casa. Olga Pulla menciona que "Al no tener un

referente familiar los adolescentes buscan lo que hay fuera, entonces surge el problema del embarazo adolescente. No solamente dado por el abandono físico o la destrucción del hogar sino también por el abandono en la formación, y dejar que los hijos hagan lo que quieran, sin ser ellos el referente que necesitan".

INCIDENCIA

El embarazo a temprana edad en los últimos años ha incrementado su índice esto se debe a que el desarrollo y la menarquia llega mucho más temprano. Por otro lado las personas adultas se han

acostumbrado a verlo como algo normal, sin percatarse de los riesgos al que se exponen los adolescentes, tales como posibles partos problemáticos, así exponiendo la salud tanto para madre, como para el ser que está en gestación. Ahora los padres de las jóvenes han perdido el control de la situación e intentan imponer valores y reglas en la adolescencia, causando que los jóvenes aborrezcan esta situación.

"Tras Venezuela, una de las tasas más altas de América Latina se registra en Ecuador, donde más del 17% de las jóvenes de entre 15 y 19 años son madres".
(EFE News Service, 2012).



Otra de las causas es la práctica sexual irresponsable a muy temprana edad, ya sea por la presión de sus amistades, la misma sociedad, atracción física, el mismo carente de afecto dentro del hogar, el libertinaje que en la actualidad las adolescentes entienden como libertad y la poca preocupación. Generalmente se da por que los padres no pueden o han perdido el control de sus hijos. Por último los jóvenes tienden a pensar

que pueden tener sexo con cualquier persona y no importa a que edad. Lorena Koppel sostiene que "Muchos de las jóvenes comienzan a tener relaciones más temprano, porque piensan que pueden hacerlo con una u otra persona para adquirir experiencia sin protección alguna, incluso sin sentimientos de por medio, sino por el simple hecho de atracción física, y sin medir las consecuencias".

"Los expertos apuntan a la falta de educación sexual y a la falta de comunicación entre las adolescentes y sus familiares. Aun así, la información y la creación de oportunidades para estas jóvenes pueden ayudar, considerablemente, a reducir esta creciente tasa y reducir el embarazo entre las adolescentes".

(Keen, 2008).

04 - CETPAG

CONSECUENCIAS

En este tipo de embarazo encontramos consecuencias que pueden afectar factores como: saludables, sociales y económicos. Dentro de la salud, un punto de vital importancia, y que puede afectar el desarrollo del adolescente, ya que se encuentra en pleno periodo de cambios, y sin embargo ya está empezando a dar vida a un nuevo ser en su vientre. Por otra parte, está el lado emocional o psicológico que afecta al adolescente, ya que no cuenta con formación de cómo afrontar el hecho de ser madre a temprana edad. Cecilia Torres Ginecóloga del Centro Humanitario Pa-

blo
Ja ra -
millo Cer-
tifica que "En la parte médica existen complicaciones que se dan en el embarazo, por lo que hay que llevar un control más estrecho, directo y más continuo, con el apoyo del resto del equipo tanto como los psicólogos,



05 - EMBARAZO - CISC



06 - ST. TERESA'S ACADEMY

resto de la familia, ya que es una persona que necesita apoyo de la sociedad". Pues este tipo de embarazo no debería pasar en adolescentes, ya que por más que la joven madre esté preparada biológicamente, ya que algunos desarrollan mucho más temprano que otros, no están preparados ni psicológicamente, ni socialmente para afrontar este problema, y tampoco estos cambios bruscos que trae consigo

este embarazo.

Otra de las consecuencias es el rechazo social, que de cierta manera afecta el lado emocional del adolescente, ya que la mayoría de ellos son padres y madres solteros, y estudiantes de secundaria, inclusive existe el rechazo dentro de la propia familia, donde en algunos casos existe la incompreensión por parte de los padres, que no aceptan el embarazo fuera del matri-

ya que aún existe una mentalidad conservadora y aún tiende a verse mal dentro de la sociedad, y esto los lleva a pensar que forzar al matrimonio como una manera de resolver el problema. Olga Pulla dice que "El embarazo adolescente es problema psicológico que vive el adolescente, que generalmente dura toda la vida. Antes un padre o una madre adolescente eran repudiados por la familia, no podía estudiar, rechazado en el ambiente laboral. Ahora ha cambiado gracias a que existen leyes que los amparan, ya que ningún colegio sea público o privado pueden expulsar en este caso a una adolescente por embarazo".

Por otro lado, Ana Pa-curucu Psicóloga Clínica y Directora de la Escuela de Psicología Clínica de la Universidad del Azuay, en una entrevista en el 2014 en la ciudad de Cuenca, afirma que "una de las consecuencias es la deserción de los centros educativos, disminuyendo así las posibilida

laborales". En lo económico siempre tiene repercusión, porque los adolescentes dejan de progresar en los estudios y deciden desertar de los centros educativos y algunos de ellos tienen que empezar a trabajar, aumentando así la falta de oportunidades laborales, que de alguna manera influye en su economía, y generalmente limita las posibilidades de desarrollo personal y social de los adolescentes. Además, disminuyen las oportunidades de educación y por lo tanto afecta a la

calidad de empleo. Ya que un embarazo complica trabajar tiempo completo, debido a que no siempre encuentran trabajo, ya que el patrono puede ver posibles dificultades después a la hora de seguir trabajando. Y así aumenta el número de personas con dependencia económica en familias que son de escasos recursos económicos, siendo un factor que afecta la calidad de vida del adolescente y su familia, convirtiéndose en un factor que contribuye el aumento de la pobreza.

07 - DIARIO FEMENINO

Y por último los hijos de estos padres y madres adolescentes terminan siendo criados por los abuelos, que de cierta manera deslindan la responsabilidad de la maternidad ocasionando irresponsabilidad en ellos. Estos niños se crían viendo a sus padres y madres como hermanos, ya que em-

piezan a ver a los abuelos como figuras paternas y en el peor de los casos al no asumir este compromiso de ser madre, por el hecho de que los abuelos facilitan el trabajo de los jóvenes, y esto podría contribuir un segundo embarazo no planificado.

08 - SOCIEDAD - IBGE



CS



Soc.
Clifford
Geertz

"El hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido" y considera que "la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones".

(Geertz, 1992: 20).

"La sociedad se desarrolla dentro de un permanente flujo de intercambio de información. Los medios masivos, el ambiente urbano y los transportes públicos son fuentes activas de información que expresan y construyen cultura".

(Frascara, 2012: 163).



Dis.
Jorge
Frascara

CULTURA Y SOCIEDAD

A pesar de que los términos de cultura y sociedad son complementarios el uno del otro, y el ser humano es parte fundamental de ella, es un rasgo distintivo dentro de su vida que crea conocimientos, creencias, hábitos y costumbres, que van adaptándose dentro de la socie-

dad. Además cumplen relaciones sociales con otros individuos por medio de roles y como resultado la creación de una cultura, que luego se transferirá de generación en generación. De tal manera que la cultura nos enseña cómo se edifica un lenguaje en la sociedad.

IMPORTANCIA DENTRO DE LA PUBLICIDAD

En nuestra sociedad la publicidad ha invadido los medios masivos donde muestran nuestro estilo de vida y todo lo que se relacione dentro de nuestra cultura para dar a conocer publicaciones de nuestro interés. El desarrollo del marketing social ha contribuido a que suceda mediante la difusión de conocimientos, actitudes y conductas que contribuyen a un comportamiento que facilita el bienestar personal y social.

“Las campañas de interés social han sido comúnmente desarrolladas de manera muy inocente. Se pensaba que la mera referencia a la existencia de un problema lo haría desaparecer.”

(:164)

COMUNICACIÓN



Dc. Universidad de Palermo
Sebastián Ackerman



Dc. Universidad de Palermo
María Paula Morel

“El sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su punto de partida en la palabra “comunis”, directamente vinculada en castellano a la palabra comunidad, la cual se vincula a la relación entre los individuos, que permite intercambios significativos entre ellos, que da sentido a su relación con el mundo”.

(Com, Ackerman, Morel, 2011: 7).

La comunicación se define por ser generador de diálogos y de poder relacionarnos con el resto de personas, mediante la transmisión de información entre dos o más individuos, ya que puede existir más de un emisor o receptor; y mediante esta, se ha dado paso al desarrollo del funcionamiento de la sociedad, no solamente por el intercambio de información, sino también como un sistema en el entorno social, que posibilita la sociedad humana.



10 - COMUNICACIÓN - UDLAP

“El sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su punto de partida en la palabra “comunis”, directamente vinculada en castellano a la palabra comunidad, la cual se vincula a la relación entre los individuos, que permite intercambios significativos entre ellos, que da sentido a su relación con el mundo”.

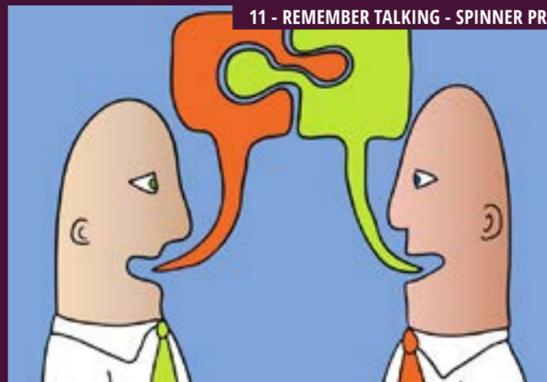
(Com, Ackerman, Morel, 2011: 7).

“En el proceso de comunicación del hombre con quienes lo rodean se produce un continuo intercambio de información, que conduce a la construcción de conocimientos.”

(Borroto, Radamés, Vicedo, 2014: 6).

Esto hace referencia a un complejo proceso de comunicación entre relaciones interpersonales, en donde se originan significados sobre un determinado tema. Para que se pueda generar este proceso de comunicación, los elementos de esta se desarrollan mediante un proceso lineal, donde el mensaje que se va a transmitir, se origina desde el punto “A”

do emisor hasta el punto “B” llamado receptor, mediante un canal o medio de comunicación por donde se transmitirá la información. Dentro del diseño el efecto que cause el mensaje es el objetivo fundamental de cualquier proyecto de comunicación. Un proyecto nace de la finalidad de cambiar una situación existente en una deseada. Ofrecer más, incentivar a leer, y reducir los accidentes son los objetivos primordiales de todo esfuerzo comunicacional, donde el diseñador cumple el rol de promotor.

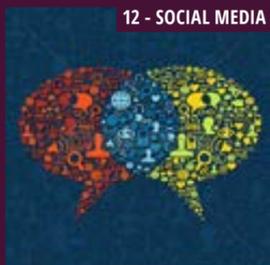


11 - REMEMBER TALKING - SPINNER PR

COMUNICACIÓN SOCIAL

La comunicación social es básicamente un campo que estudia los medios de difusión social y de comunicación, mediante la utilización del mensaje para impulsar cambios sociales y un comportamiento positivo en la sociedad de una manera masiva, que se

lleva a cabo mediante procesos culturales e investigativos para ser llevados a la práctica por medio de la realización de múltiples diseños de proyectos comunicativos, con fines sociales donde se ven involucradas disciplinas como el periodismo, comunicación, arte y cultura, etc.



12 - SOCIAL MEDIA

“Las comunicaciones cara a cara son fundacionales, e ineludibles, pero restringirse a ellas implica auto-imponerse limitaciones y desconocer otras redes de comunicación, tecnologías, burocráticas o de otro tipo, que pueden estar abriendo nuevas condiciones para aprovechar los espacios de libertad que deja el estado y los sectores dominantes para usarlos en su contra”.

(Von, Boito, 2010: 14).



Dc. Universidad de Buenos Aires
Roberto Von



Dc. Universidad de Buenos Aires
Maria Eugenia Boito

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD SOCIAL

“La publicidad hace de portavoz del sistema social, al actuar no sólo como instrumento económico para el consumo, sino más bien como un instrumento de comunicación y de reproducción social”.

(González, 1996: 8).



Dc. Universidad Autónoma de Madrid
Juan Antonio González

Conocida también como publicidad no comercial, este tipo de campañas publicitarias de carácter social, pueden de cierta manera lograr conseguir la sensibi-

lización del receptor. Para ello se basa en situaciones de interés social, que tiene como objetivo llamar la atención de un grupo determinado de personas mediante la transmisión de un mensaje, que puede resultar de mucha importancia. De esta manera apela a los sentimientos, sensaciones y estados donde el ser humano es susceptible a reaccionar al mensaje.

Pero también hay que hablar que la publicidad social, pretende ir más allá y conseguir un cambio de actitud en las personas, logrando cambiar alguna conducta, cambio de hábitos, a actuar de una manera positiva ante cualquier problema social.

“Como ya se ha dicho, de algún modo, toda la publicidad social educa, porque en el fondo tiene siempre cierto carácter formativo. Pero también pretende movilizar al receptor, por lo que ambos tipos de objetivos aparecen a menudo formando parte de las mismas campañas y son por lo tanto complementarios”.

(Alvarado, 2010: 689)

ESTRATEGIAS DE LA PERSUASIÓN

La persuasión siempre ha sido un arma desde hace mucho tiempo. Fue utilizada con el fin de influenciar sobre los demás para que actúen de forma positiva o negativa. Además cabe decir que la persuasión dentro de nuestra sociedad es

tan normal en el medio que muchos lo utilizan para conseguir algo o para cambiar un pensamiento, utilizado en negociaciones, transacciones, publicidad u otro tipo de cambios comunicativos como es el caso de las campañas sociales. Estas estrategias tienen como objetivo buscar, especialmente la aprobación de las personas

para conseguir un cambio de actitud o se comporten según se lo requiera, manipulando la conducta humana, y mientras más inadvertida sea ejecutada esta estrategia mejor resultado tendrá en la persona. Cuando hablamos de publicidad esto se ve reflejado en los mensajes subliminales.

“El agente de influencia pretende la facilitación o provocación de una respuesta específica de descendencia, para lo cual aprovecha el cauce natural de esos principios generales de comportamiento que sirve de plataforma desencadenante de tales conductas automatizadas, rutinas o hábitos”.

(Rodríguez, 2009: 34).



13 - CAMPAÑA VIOLENCIA

PERSUASIÓN EN EL CAMBIO DEL PENSAMIENTO

“La persuasión cobra valor e incidencia sobre todo en los momentos de cambio y transformación tanto a nivel personal como social. Podríamos afirmar que la persuasión, como cambio que es, no suele ir sola sino acompañada y favorecida por un contexto de otros cambios. La crisis social y la consiguiente presión para la implantación de nuevos valores y pautas de comportamiento son pues un caldo de cultivo ideal para la acción persuasiva”.

(Rodríguez, 2009: 5)

De esta manera entendemos que la capacidad de persuasión puesta en demostración mediante una campaña, tiene gran influencia sobre los personas para imponer o ampliar su control persuadiendo a las demás personas para que actúen de forma conjunta a un comportamiento establecido o pensamiento en común.

TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN

La globalización ha dado un escenario al desarrollo a los avances de la tecnología. Dentro de la comunicación ha dado pasos agigantados, tanto es así que nos encontramos en un siglo donde comunicarse es sustancialmente fácil, ya que cada vez tenemos más acceso al internet y a gran parte de su información.

“Desde esta perspectiva tecnológica, el papel que las nuevas tecnologías están comenzando a jugar en la modificación de entornos clásicos y tradicionales de comunicación es bastante significativo, de manera que no sólo se crean nuevas posibilidades de expresión y se modifican las fases de elaboración de medios de comunicación, sino que también se desarrollan nuevas extensiones de la misma”.

(Cabero, 2006: 18).



Dc. Universidad de Sevilla.
Julio Cabero

Gracias a los dispositivos digitales se ha creado un vínculo entre la información y el usuario, permitiendo que dicho usuario mantenga contacto directo y sin tener que movilizarse para poder obtener información.

REDES SOCIALES

Los medios de comunicación más factibles son las redes sociales, donde el usuario socializa con otras personas que comparten de alguna manera un vínculo, mantienen intereses o actividades en común y ocupan una parte considerable de nuestro tiempo. Algunos de estos sitios son: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, entre otros más, en el cual aprovechan la gran acogida que tienen

estas redes para realizar cualquier tipo de campaña social, y que a su vez pueden causar gran éxito y así llegar a un público más numeroso, especialmente con usuarios interesados en el mismo tema.

Ya que es un medio de enlace entre personas distanciadas, no importa a qué distancia se encuentren ubicadas. Su objetivo principal es mantenerlos comunicados con el resto del mundo.

“Los medios de comunicación masivos modificaron las relaciones con el tiempo y el espacio, permitiendo comunicarse más allá de las distancias que existan y logrando que a pesar de esas lejanías la comunicación llegue mucho más rápido”.

(Com, Ackerman, Morel, 2011: 12)



Dc. Universidad de Palermo.
Sebastián Ackerman



Dc. Universidad de Palermo.
María Paula Morel

14 - REDES SOCIALES



COMUNICACIÓN VISUAL

La comunicación desde una representación visual posee una concordancia disparaja con el mundo, es un rasgo distintivo esencial del diseñador gráfico, donde se puede conseguir un efecto fundamental en un plan de comunicación que intente cambiar una realidad existente de diversos problemas a un comportamiento deseado. Dentro de la comunicación visual se puede calcular la efectividad en un público determinado, partiendo de los conceptos investigativos y elementos gráficos

para poder dar forma al diseño.

“Algunos diseñadores pueden sentirse resentidos cuando alguien que no es profesional dice que sus ideas no funcionan. A veces cuando esto sucede, culpan al público afirmando que “no lo entiende”. Cuando el diseño se pone en circulación, se sigue analizando la reacción para comprobar que el mensaje se esté comunicando de forma efectiva”. [...]

(Baldwin, Roberts, 2006: 26).



PERCEPCIÓN EN LA COMUNICACIÓN

“El cerebro transforma lo percibido en algo nuevo, algo creado a partir de los elementos que percibe para hacerlo coherente aun pagando a veces el precio de la inexactitud”.

(Leone, 2011: 1).



La comunicación empieza por la percepción y el propósito de ella es crear estímulos visuales, es decir, atraer y retener la atención de un elemento visual, donde se intenta realizar la búsqueda del significado y entender la información.

“La imagen debe ser visualmente fuerte, es decir, debe tener una gran coherencia interna y, al mismo tiempo, debe diferenciarse del contexto que la rodea. Además, el significado del mensaje debe relacionarse con los intereses del público. Este último aspecto, que parece a primera vista relacionado sólo con la retención de la atención, cumple un papel fundamental en la atracción de la atención. Mirar no es

un acto pasivo. No miramos para ver: miramos para entender, y para encontrar lo que queremos. Significado y relevancia son mayores determinantes de la dirección de nuestra atención.”

“De esta manera la percepción está conectada con el más poderoso de los instintos animales: el instinto de conservación. Teniendo esto en cuenta, y considerando que el ser humano es fundamentalmente visual, es fácil entender por qué los mensajes visuales pueden tener tanta fuerza, aunque su contenido no sea importante: el canal concede la potencia”.

(Frascara, 2012: 67, 70)

LEYES DE LA GESTALT



En la actualidad las leyes de la Gestalt son utilizadas en diversos ámbitos como: la comunicación, la psicología social, la sociología, el diseño gráfico, la arquitectura, la ecología, el marketing, etc.

“Los psicólogos de la Gestalt avanzaron más allá de los asociacionismos y mecanicismos al entender la percepción como fenómeno estructural y no como fenómeno aditivo. Sin embargo, su atención fue absorbida por problemas formales, dejando de lado todo problema de significación”.

(Frascara, 2012: 70).

LEY DE PROXIMIDAD: Los elementos tienen a agruparse con los que se encuentran a menor distancia. Tendemos a considerar como “un todo” a aquellos elementos que están más próximos. Suponemos que las personas que conviven, por ejemplo, están afectivamente próximas. Existen diferentes calidades de distancias: físicas, emocionales, intelectuales, de clase, etc.

(: 6)

LEY DE SIMILITUD: Los elementos similares tienden a verse como parte del mismo conjunto o bloque y se pueden separar claramente del resto. En el terreno psíquico intentamos crear “mapas” que nos orienten en un mundo que desconocemos agrupando a veces individuos, situaciones, objetos o hechos por sus rasgos semejantes.

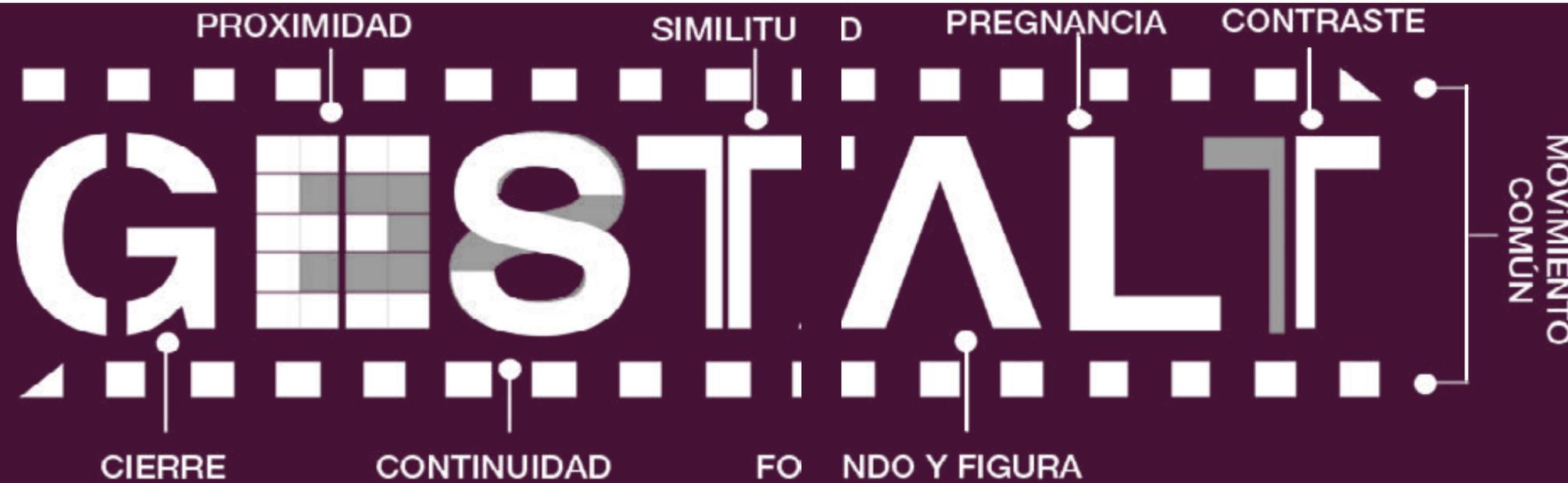
(: 7).

LEY DE LA PREGNANCIA: Los elementos son organizados en figuras lo más simples que sea posible. La ley de la buena forma se basa en la observación de que el cerebro intenta organizar los elementos percibidos de la mejor forma posible, esto incluye el sentido de perspectiva, volumen, profundidad etc. El cerebro prefiere las formas integradas, completas y estables.

(: 4).

LEY DE CONTRASTE: La posición relativa de los diferentes elementos incide sobre la atribución de cualidades (como el tamaño) de los mismos. Percibimos diferencias. Sin contraste no hay percepción. Si el papel es blanco y la tinta blanca no podré percibir. En el terreno de lo psíquico esta ley se utiliza para comparar situaciones y contextos, en este sentido aunque los valores absolutos (medidas) se mantienen, el compararla con otra puede hacer que una situación cobre un valor diferente.

(: 6).



LEY DE MOVIMIENTO COMÚN:

Los elementos que se desplazan en la misma dirección tienden a ser vistos como un grupo o conjunto. En el orden psíquico esta ley se manifiesta en las tendencias a agrupar a las personas o eventos por un rasgo común como sucede en el caso de la similitud. Los movimientos comunes en lo psíquico definen rasgos de homologación entre caracteres, la diferencia es que estos rasgos se relacionan con el hacer (moverse) más que con el ser como en la similitud.

(: 7).

LEY DE CIERRE: Las formas cerradas y acabadas son más estables. Tendemos a cerrar y a completar con la imaginación las partes faltantes. Las formas abiertas o inconclusas provocan incomodidad y por lo que existe una tendencia a completar con la imaginación aquello que falta. En esto se basan algunos funcionamientos psíquicos, por ejemplo cuando con algunos indicios sacamos una conclusión aunque no haya percibido todos los detalles de la situación. Percibo, una jirafa o triángulo, aunque de hecho no esté allí.”

(: 5).

LEY DE CONTINUIDAD: Los elementos son conectados a través de líneas imaginarias en lugar de ver puntos o grupos de puntos. Esta ley se manifiesta en la tendencia a unir elementos separados a fin de crear formas continuas. Como en la ley de cierre, se completan las partes faltantes. Esto se corresponde con el acto de completar las partes que no vemos en historias, El pensar que las cosas y personas que no vemos siguen estando allí. Asimismo pensamos que las partes no visibles son similares a las que vemos, pensamos que las personas se comportan en todos lados igual que cuando las vemos.

(: 7).

LEY DE FONDO Y FIGURA: La figura es un elemento que existe en un espacio o campo destacándose en su interrelación con otros elementos. Mientras el fondo es todo lo que no es figura. Es la zona del campo que contiene elementos interrelacionados que no son centro de atención. El fondo sostiene y enmarca a la figura y, por su contraste menor, tiende a ser desapercibido.

(:3).

(Leone, 2011)

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

“La comunicación visual es prácticamente todo lo que pueden ver nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo, además de que esta comunicación visual puede ser casual o intencional; casual puede ser el caso espontáneo del movimiento de las ramas del árbol, por lo contrario la intencional, es cuando se persigue un fin específico como por ejemplo la señal de tránsito.”

(Munari, 1985: 79).

Dentro de estos Fundamentos se encuentran: el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, la cromática, la textura, la escala, la dimensión, el movimiento, la tipografía. etc.

LA LÍNEA: Es la sucesión de puntos entre sí, de forma continua se transforma en otro elemento visual llamado línea, así dando la sensación de direccionalidad o movimiento y casi siempre podemos apreciarla en nuestro entorno. *“La línea puede adoptar formas muy distintas para expresar talentos muy diferentes, puede ser flexible e indisciplinada como en los bocetos para aprovechar su espontaneidad expresiva”.*

(: 5).

EL CONTORNO: Es la unión de líneas entre sí, formando contornos como el círculo, el cuadrado, y el triángulo y la deformación de estos genera otros contornos, como el ovalo, el rectángulo y el hexágono, etc. *“Cada uno de ellos tiene un carácter específico y rasgos únicos, y cada uno se contribuye gran cantidad de significados, unas veces mediante la asociación, otras mediante una adscripción y otras, a través de nuestras propias percepciones psicológicas y fisiológicas”.*

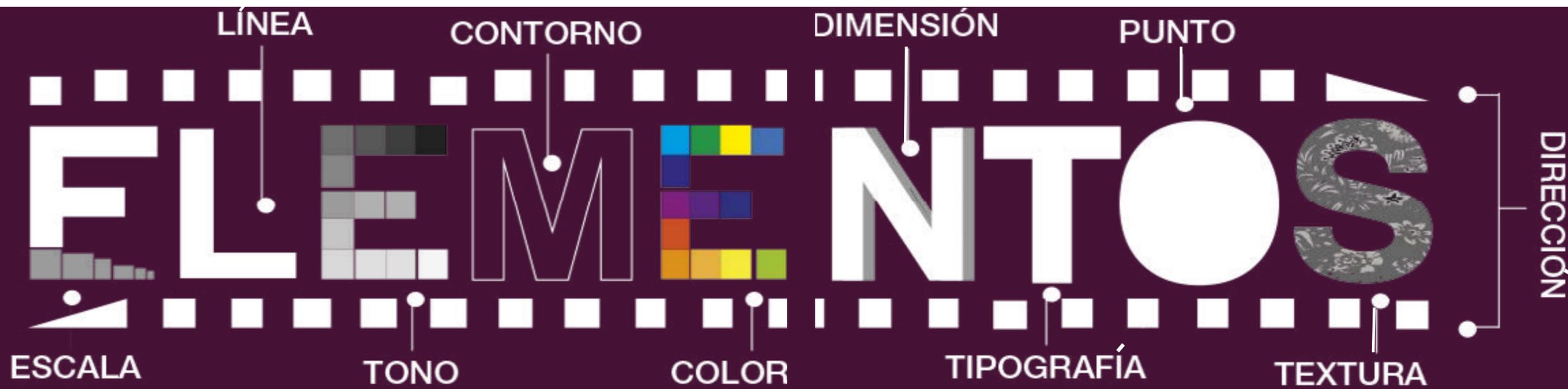
(: 6).

LA DIMENSIÓN: La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales depende también de la ilusión, la dimensión existe en el mundo real. Los efectos que produce la perspectiva pueden identificarse mediante la manipulación tonal del claro oscuro.

(: 8).

EL PUNTO: Es la unidad más simple de la comunicación visual. En la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente. Cuando hacemos con una marca con una sustancia dura o con un palo, concebimos ese elemento visual como un punto que puede servir como referencia o como un marcado en el espacio. Seurat en sus pinturas puntillistas exploró el fenómeno perceptivo de la fusión visual.

(: 5).



LA DIRECCIÓN: Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas: el cuadrado, la horizontal y la vertical; el triángulo, la diagonal; el círculo, la curva. La dirección diagonal tiene una importancia grande como referencia a la idea de estabilidad, es la formulación opuesta, es la fuerza direccional más inestable y, la formulación visual más provocadora; su significado es más amenazador y subversivo. Las fuerzas direccionales curvas tienen significados asociados al encuadramiento, la repetición y el calor.

(: 6).

LA ESCALA: Todos los elementos visuales tienen la capacidad para modificarse y definirse unos de otros, este proceso es en sí mismo el elemento llamado escala. No puede existir lo grande sin lo pequeño. Es posible establecer una escala no solo el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno.

(: 8).

EL TONO: Es la ausencia o abundancia de luz que se puede apreciar en un objeto y el factor diferencial del color, esto quiere decir que el tono se encuentra en la transición de un color a otro. *“Cuando hablamos de la tonalidad en el grafismo, la pintura, la fotografía o el cine, nos referimos a alguna clase de pigmento, pintura o nitrato de plata que se usa para simular el tono natural”.*

(: 6).

EL COLOR: Se ha convertido en un elemento constante en el campo de la comunicación visual, y clave del diseño gráfico al momento de presentar un elemento, por lo general el color crea dinamismo dentro de un diseño, llamando la atención del público o del que observa. Ya que por medio de juego de sensaciones puede lograr provocar una respuesta emocional en las personas. *“El color está cargado de información, constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales, compartimos los significados asociativos del color de los árboles, la hierba, el cielo, la tierra, etc. En los que vemos colores que son para todos nosotros estímulos comunes, y a los que asociamos un significado”.*

(: 7).

LA TIPOGRAFÍA: Es un elemento textual dentro del diseño que se aplican en una composición tipográfica. Es un conjunto de caracteres que contienen letras números y signos de puntuación que contienen distintos estilos tipográficos que por medio de los programas de edición se pueden conseguir varios o crear varios tipos de letras partiendo de un conjunto de caracteres básicos. *“La tipografía es un conjunto de signos especialmente rico, porque consigue hacer visible el lenguaje. Saber trabajar con la tipografía es esencial para crear un diseño gráfico eficaz”.*

(Kane: 2012: 8).

LA TEXTURA: Contiene cualidades tanto táctiles como ópticas. *“La textura visual es estrictamente bidimensional. Como dice la palabra, es la clase de textura que puede ser vista por el ojo, aunque pueda evocar también sensaciones táctiles”.*

(Wong, 2014: 119).

(Ríos, 2009)

(Wong, 2014)

(Kane, 2012)

TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia paleta de medios para la expresión visual del contenido. Existen en forma de dipolos sobre un espectro continuo como aproximaciones contrarias disimiles al significado. La fracción, técnicas opuestas a la unidad, es una opción excelente para la expresión de la excitación y variedad.

(Dondis, 1976: 129).

Las técnicas visuales en sí, componen los elementos básicos para brindar una sensación o perspectiva, en busca de un lenguaje universal.

UNIDAD / FRAGMENTACIÓN: Las técnicas de unidad y fragmentación son parecidas a las de la simplicidad-complejidad y entrañan estrategias de diseño parecidas. La unidad es un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. La colección de numerosas unidades debe ensamblarse tan perfectamente, que se perciba y considere como un objeto único. La fragmentación es la descomposición de los elementos y unidades de un diseño en piezas separadas que se relaciona entre sí. Pero conserven su carácter individual.

(:133).

SIMPLICIDAD / COMPLEJIDAD:

El orden contribuye considerablemente a las síntesis visuales de la simplicidad, técnicas visuales que impone el carácter directo y simple de la forma elemental, libre de complicaciones o elaboraciones secundarias. La formulación opuesta es la complejidad, que implica una complicación visual debido a la presencia de numerosas unidades y fuerzas elementales, que da lugar a un difícil proceso de organización del significado.

(:133).

SIMETRÍA / ASIMETRÍA: El equilibrio se puede lograr en una declaración visual de dos maneras, simetría y asimétricamente. La simetría es el equilibrio axial. Estamos entonces ante formulaciones visuales totalmente resueltas en las que a cada unidad situada a un lado de la línea central corresponde exactamente otra en el otro lado. Es perfectamente lógico y sencillo de diseñar, pero puede resultar estático e incluso aburrido. Los griegos consideraban que la asimetría era un mal equilibrio, pero el equilibrio, de hecho, puede conseguirse también variando elementos y posiciones, de manera que se equilibre los pesos. El equilibrio visual de este tipo de diseños es complicado, porque requiere el ajuste de muchas fuerzas, pero resulta interesante y rico en su variedad.

(:131).

RETICENCIA/EXAGERACIÓN: La reticencia y la exageración son las contrapartidas intelectuales del dipolo economía-profusión y sirven a fines similares aunque en contextos distintos. La reticencia es una aproximación de gran comedimiento que persigue una respuesta máxima del espectador ante elementos mínimos. En realidad, la reticencia, en su estudiado intento de engendrar grandes efectos, es la imagen especular de su opuesto visual, la exageración. Ambas, y cada una a su manera, se toman grandes libertades en la manipulación de los detalles visuales. La exageración, para ser visualmente efectiva, debe recurrir a la ampulosidad extravagante, ensanchando su expresión mucho más allá de la verdad para intensificar y amplificar.

(:135).

ACTIVIDAD / PASIVIDAD: La actividad como técnica visual debe reflejar el movimiento mediante la representación o la sugestión. La postura enérgica y viva de una técnica visual activa resulta profundamente modificada en la fuerza inmóvil de la técnica de representación estática que produce, mediante un equilibrio absoluto, un efecto de aquiescencia y reposo.

(:138).



REGULARIDAD / IRREGULARIDAD:

La regularidad en el diseño consiste en favorecer la uniformidad de elementos, el desarrollo de un orden basado en algún principio o método respecto al cual no se permiten desviaciones. Su opuesta es la irregularidad que, como estrategia de diseño, realza lo inesperado y lo insólito, sin ajustarse a ningún plan descifrable.

(:132).

NEUTRALIDAD / ACENTO: Afir-mar que un diseñador puede tener un aspecto neutral, parece casi una contradicción en sus términos, pero lo cierto es que hay ocasiones en que el marco menos provocador para una declaración visual puede ser el más eficaz para vencer la resistencia o incluso la beligerancia del observador. La atmósfera de neutralidad es perturbada en un punto por el acento, que consiste en realizar intensamente una sola cosa contra un fondo uniforme.

(:139).

PREDICTIBILIDAD / ESPONTANEIDAD: La predictibilidad, como técnica visual, sugiere un orden o plan muy convencional. Sea a través de la experiencia, de la observación o de la razón, hemos de prever de antemano lo que será todo el mensaje visual, basándonos para ello en un mínimo de información. La espontaneidad, en cambio, se caracteriza por una falta aparente de plan. Es una técnica de gran carga emotiva, impulsiva y desbordante.

(:136).

SUTILEZA / AUDACIA: La sutileza es, en el mensaje visual, la técnica que elegiríamos para establecer una distinción afinada, rehuendo toda obviedad o energía de propósitos. Aunque la sutileza indica una aproximación visual de gran delicadeza y refinamiento, debe utilizarse muy inteligentemente para conseguir soluciones ingeniosas. La audacia es, por su misma naturaleza, una técnica visual obvia. El diseñador debe usarla con atrevimiento, seguridad y confianza en sí mismo, pues su propósito es conseguir una visibilidad óptima.

(:138).

(Dondis, 1976)

ILUS TRA CIÓN

La ilustración se ve rodeada de un ambiente socio-cultural, donde empuja al receptor a querer saber más acerca del tema, respecto a lo que quiere que entiendan. Una manera sutil donde el trabajo del ilustrador con la ayuda de un método de diseño creativo, es que los receptores capturen la idea, y a su vez el tema pueda llegar a ser comprendido aún más.

Según Lawrence Zeegen dice "Ilustración es una palabra ambigua, o lo que era hace poco. A pesar de no haber sido aceptada del todo ni por la industria del arte, ni por la del diseño, la ilustración ha continuado su lucha. Considerada caprichosa por los artistas y arte por los diseñadores, se encontró subsistiendo en una tierra de nadie situada entre ambas disciplinas. En el ámbito educativo tampoco le ha ido mucho mejor, raramente ha llegado a impartirse como disciplina más allá de simples talleres donde el estudiante de ilustración ha tenido que aprender a interpretar algunas reglas básicas y a saltarse cualquier barrera para acceder a los equipos que facilitan el trabajo. La vida de un ilustrador no es apta para los débiles de corazón, requiere de mucha determinación para encarar las exigencias y los rigores de una carrera profesional fundamentalmente individual donde uno puede sentirse muy carente de ayuda. Pero, contra todo pronóstico, la disciplina ha emprendido un impresionante retorno a la forma: pero ¿cómo y por qué?"

(Zeegen, 2013: 11)

CREACIÓN DE PERSONAJES

"La esencia de una ilustración radica en el pensamiento — las ideas y los conceptos que forman la columna vertebral de lo que una imagen intenta comunicar—. La función del ilustrador consiste en dar vida y forma visual a un texto o mensaje; los mejores profesionales combinan la agudeza del pensamiento analítico crítico con armoniosas dotes prácticas para crear imágenes que tengan algo que decir, y con los caminos y medios para decirlo". (:95)

La bocetación, luego de una previa investigación y con la necesaria información es el primer paso después de esta y antes de la digitalización, un proceso analógico que llevará a cabo el inicio y desarrollo de las ideas. Aunque según Lawrence Zeegen dice "Ninguna herramienta o proceso ha influido tanto como el ordenador en los métodos empleados por el ilustrador. Si bien el que otorga el poder es el lápiz, el ordenador es el que extrae el rendimiento de este y capacita al ilustrador para transformar el trazo del lápiz trazos sin fin. Así el rendimiento del interés por el oficio del ilustrador puede atribuirse sin duda al papel que desempeña el ordenador." (:44)

Sígueme en

WWW.FACEBOOK.COM/MATUSANTA

BOCETACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

Para la concreción de los personajes, se debe tener en consideración una serie de pasos anteriores como la investigación de información, luego de eso la creación de un Brief creativo que ayude a controlar y ser la guía para poder finalizar la ilustración de esta manera se podrá llegar mucho más directo al tipo de ilustración que se busca como mediador de comunicación.

Por lo general los ilustradores adoptan la expresión personal con el claro objetivo de comunicar y a su vez transmitir ideas, desde ese punto de vista que sirve para dar a conocer nuestra historia social y cultural haciendo que su expresión artística trascienda. "Un ilustrador se comunica únicamente a través del resultado de su trabajo. La elección del concepto y la fuerza de sus ideas son dos aspectos fundamentales a este respecto. Aunque menos evidente, la elección del medio resulta igualmente crucial. Para dar una respuesta adecuada al brief, elegir bien los materiales que se van a emplear es tan importante como haber entendido bien el concepto". (: 29)

ANI MA CIÓN

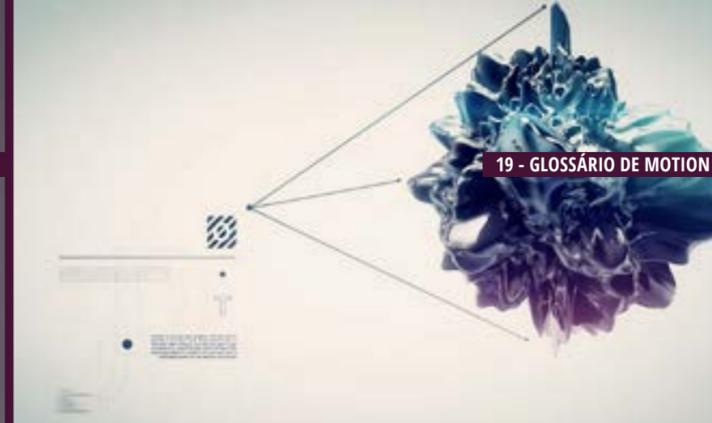
A

"Gracias al desarrollo de la tecnología y del software, la animación cumple hoy en día un papel muy importante para ofrecer nuevos productos y nuevas experiencias al usuario, de esta forma mezclada con elementos tradicionales y lo digital (tecnología, software, computadora), nos dan buenos resultados tanto estéticos como funcionales."
(Cabrera, 2011:15)

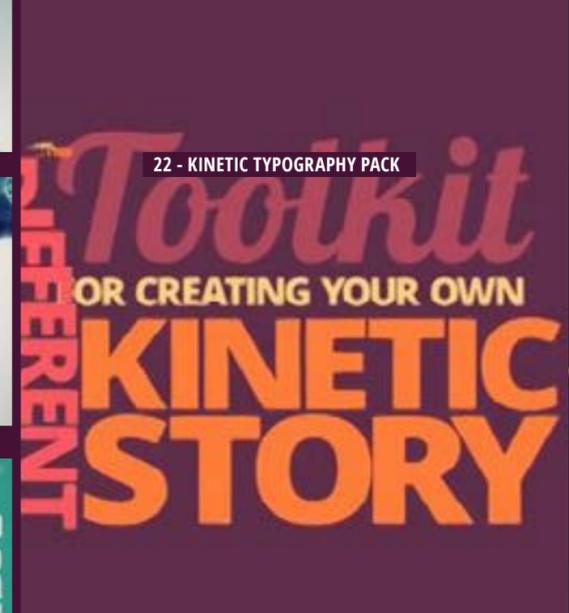
La animación aunque es parte del diseño gráfico cuenta con sus propios principios, siendo así un sistema técnico creado especialmente para provocar un movimiento de objetos inanimados que logra un efecto visual característico. Además es un medio de comunicación digital por el cual se expresa o se comunica un mensaje, que cumple un papel fundamental en la actualidad ya que es un medio que llama la atención y es muy novedoso, también de hablar de un sinnúmero de técnicas con las que cuenta para llevar a cabo un proyecto o dar a conocer un producto, campaña o el mensaje que se desea transmitir. Su objetivo principal el narrar ideas de forma digital y transformar lo la imaginación en algo real combinada de con técnicas y elementos visuales. Por lo tanto, mediante las nuevas tecnologías ha dado una mejor acogida y mayor relevancia a la animación.



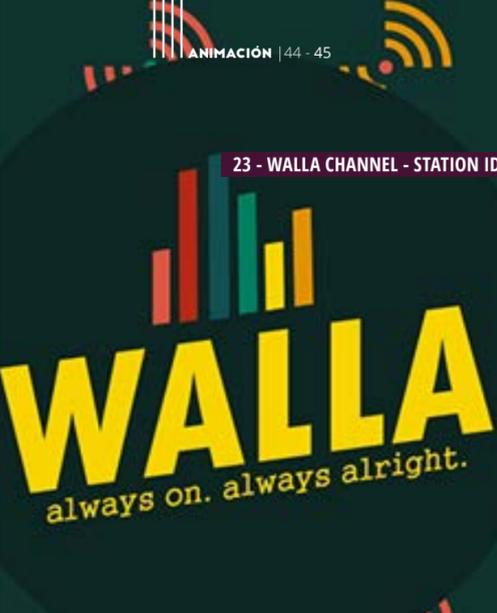
18 - SOUL KITCHEN



19 - GLOSSÁRIO DE MOTION



22 - KINETIC TYPOGRAPHY PACK



23 - WALLA CHANNEL - STATION ID



24 - BLUE VERTIGO



27 - LIVE RADIO BUMPER



20 - NICK THE GREEK TYPOGRAPHY



21 - KOMMANDO TV



25 - VIDEO MUSIC AWARDS - MTV



26 - MAXON CINEMA 4D

MOTION GRAPHICS

CARACTERÍSTICAS

Los gráficos son la forma más elemental de la narración. Esto ha sido evidente desde que éramos niños buscando en los libros de cuentos. Cuentos que se muestran a través de imágenes son los medios más universales y eficaces para transmitir un mensaje, aunque los significados de esos cuentos son también embellecidos por nuestras imaginaciones infantiles. Se nos enseña a una edad muy joven, a través de dibujos animados los sábados por la mañana y programas como Plaza Sésamo, que se relacionan más con imágenes en movimiento, ya que son convenientes, fáciles de recordar e instintivo. Hoy en día este concepto tiene evolucionado a través de una convergencia de diseño gráfico y el cine,

tecnología en una forma totalmente nueva de la narración, que lejos trascienden las caricaturas los sábados por la mañana de la década de 1960. [...] Cuando interpretamos lo que vemos en la pantalla, nos convertimos en usuarios activos, en vez de espectadores pasivos, ahora estamos inclinados hacia adelante a participar. El trabajo del diseñador de gráficos en movimiento es involucrarnos, consciente o inadvertidamente, por grados. A través de la magia de su intuición que él o ella está rompiendo la barrera impuesta por el medio. El artista de gráficos en movimiento se ha fijado en nosotros por introducirnos en el mensaje de seguir, a través de la apertura de los títulos de televisión o de cine, gráficos en movimiento Internet o comercial de anuncios.

(Rey, 2006: 9)

El motion graphics puede ser tanto bidimensional como tridimensional, además de que sus elementos pueden llevar a cabo varios movimientos de transición en la información, con la ayuda de vectores, mapas bits, vídeo, audio, tipografía y en general elementos visuales, de manera práctica para reunir tecnologías a la hora de diseñar, con el fin claro de comunicar y dar soluciones gráficas de una manera creativa e innovadora, con gran calidad. Además se utiliza para identificar una estación al aire, y los medios televisivos lo utilizan especialmente para música.

TIPOS MOTION GRAPHICS

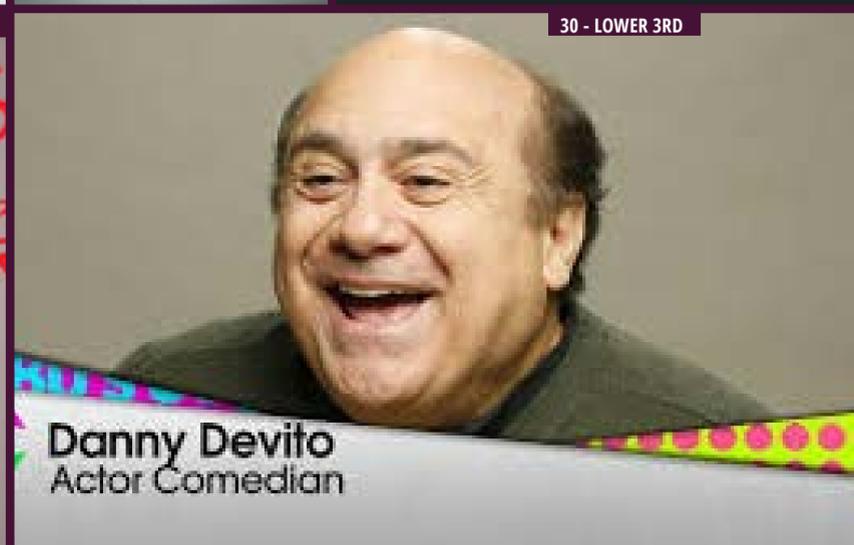
Dentro de los tipos de motion graphics existen algunos de ellos que son más relevantes como: Station ID's, Interstitials, Bumpers, Lower Thirds, Mortises, Kinetic Typography, Kinetic/Motion Graphics, y el Tags.

El Motion Graphics es una de las técnicas de la animación, por no decir también de su importancia para llamar la atención al receptor de una manera dinámica, más aún cuando se la pretende utilizar para crear una campaña social donde el interés más relevante es dar a conocer la información que se pretende transmitir. Por lo tanto, el Motion Graphics y en la animación en general deben considerar y respetar algunos principios para dar vida a un objeto inanimado de una manera limpia y coherente.

28 - WATER - KINETIC TYPOGRAPHY



29 - KINETIC TYPOGRAPHY



30 - LOWER 3RD

EVOLUCIÓN Y POSICIONAMIENTO

Desde hace un tiempo el motion graphics ha revolucionado las técnicas de la animación, y se ha visto plasmada en la televisión, cine, dispositivos portátiles, páginas web, etc. Reflejándose casi siempre en publicidad, video clips, cortinillas, cabeceras, tráiler, promos, series, cortometrajes, películas, etc. Con el paso de la tecnología se ha logrado que esta

técnica evolucione constantemente y se abra paso hacia la búsqueda de nuevos estilos, además de su uso variado para transmitir información. En la actualidad crece significativamente dentro de la publicación gráfica como también en la televisión, mediante la constante evolución del software orientado al diseño como el ilustrador, photoshop, after effects, cinema 4D, 3D Max etc, facilitando enormemente el trabajo del diseñador.

ENTREVISTAS

E

Lorena Koppel
Entrevistada



PSICÓLOGA CLÍNICA
Especializada en adoles-
centes del hospital Monte Sinai.

¿CÓMO SE DEFINE A UN ADOLESCENTE?

Al adolescente se le puede definir de varias maneras, no solo nos referimos a los adolescentes por la edad, antes se consideraba que los adolescentes estaban desde los trece hasta los diecinueve años. Pero ahora son considerados adolescentes a más temprana edad, debido a que el desarrollo está mucho más avanzado. Son personas que están en busca de su autonomía, de identificarse, tratan de relacionarse con personas que estén afines a sus gustos e intereses y entran en una etapa de rebeldía, muchas veces se les conoce como la edad del "burro", ya que ellos tratan de reafirmarse y creer que ellos hacen o dicen está bien.

La palabra adolescente proviene del termino *adolescere*, que quiere decir que *adolecen* una serie de circunstancias y dificultades, porque les cuesta mucho cambiar y dejar de ser niños para convertirse en adultos. Son influenciados totalmente por el medio, están en una etapa sumamente vulnerable, entonces todo lo que está alrededor influye. Es por eso que ahora se habla de que hay mucho peligro para los adoles-

centes porque están expuestos a todo, ya que pienso que existe una excesiva información y muy poca formación, debido a que la formación está al alcance de todos. El internet ha abierto una puerta enorme con el mundo, y los jóvenes están en mucho contacto con la tecnología, y tienen una cantidad de información masiva, pero no tienen primero la madurez para interpretarla y entenderla. Por otro lado la falta de formación por parte de los *personeros*, que deberían ser los indicados para hacerlo, aunque ahora ya se toma mucho más en cuenta informarlos y formarlos.

¿CUÁLES SON LAS CAUSAS MÁS RELEVANTES PARA QUE SE ORIGINE UN EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA?

Hay varias causas, se debe decir que siempre ha existido el embarazo adolescente, pero ahora con más información que tienen menos precaución toman. Además de que se está tolerando mucho y dando paso al libertinaje en las prácticas sexuales desde temprana edad. Se está pensando que ellos deben tener la decisión y la libertad de hacerlo. La mayoría de causas se dan por desorganización familiar, la desvinculación que existe entre los medios, luego vienen los enamoramientos que ahora exigen mucha posesión y que obviamente no se cuidan y no recurren a los medios de anticonceptivos, no por igno-

rancia, sino por vergüenza de acercarse a los centros como de prevención, donde hay personas capacitadas que les indiquen y los orienten. Muchas de las jóvenes comienzan a tener relaciones más temprano, porque piensan que pueden hacerlo con una y otra persona para adquirir experiencia y no hay protección, incluso sin sentimientos de por medio sino por el simple hecho de atracción física, sin medir las consecuencias.

Otro factor es la migración, que provoca la desintegración familiar, muchas adolescentes quedan de muy pequeñas al cuidado de familiares, y como no existe ese sentimiento de pertenencia a un grupo o medio, entonces comienzan a buscar afectos en otras personas y tratan de establecer ellos solos por su medio, lo que se llamaría un hogar, pero lo hacen a muy temprana edad que en su mayoría fracasan, porque como se decía no tienen la madurez; todo esto porque son carentes afectivos originados por el abandono. A veces llegando sentir que no son importantes y cuando viene alguien y les da esa importancia son presa fácil.

¿CUÁLES SERÍAN LAS CONSECUENCIAS DENTRO DE ESTE TIPO DE EMBARAZO?

Económicamente es nefasto, primeramente que no tienen recursos por que no trabajan, no son productivos, todavía están en

los colegios y son personas dependientes. Y en algunos casos los padres no dan abasto, porque también tienen otros hijos y esto obviamente repercute en la economía. Por otro lado existen una cantidad de enfermedades, malformaciones congénitas que se dan por la falta de desarrollo de la madre y puede repercutir en la salud del niño. Se impide el desarrollo adecuado y normal dentro del proceso hormonal, ya que todo se altera. Por eso se habla que la edad adecuada de embarazo se encuentra entre los veinte y los treinta años.

¿EN QUÉ ENTORNO CRECE EL HIJO DE UNA MADRE ADOLESCENTE?

Las personas que se hacen cargo de los bebés son los padres de la menor que vendrían siendo los abuelos, que por lo general las chicas vuelven a estudiar y tratar de continuar con su vida, y no asumen la maternidad, no asumen la responsabilidad y los niños que crecen en esa situación donde a las mismas madres les saben ver como hermanas, viendo a los abuelos como figuras paternas, entonces ya no se adoptan los roles adecuados dentro del núcleo familiar, y eso a futuro va a crear una disociación en cuanto a los roles dentro de la sociedad, aumentando la irresponsabilidad de los adolescente y abriendo la posibilidad de que se pueda dar otro embarazo.

Ana Pacurucu
Entrevistada



PSICÓLOGA CLÍNICA
Directora de carrera de Psicología Clínica en la Universidad del Azuay.

Olga Pulla
Entrevistada



PSICÓLOGA CLÍNICA
Colegio Manuela Garaicoa y Ex Directora de FIA. "Formación integral de la adolescente".

¿CÓMO SE DEFINE A UN ADOLESCENTE?

La adolescencia es un periodo de cambios físicos psicológicos y sociales, dentro del cambio físico está el desarrollo de las características sexuales secundarias, el cambio de hormonas y el inicio de la menarquia es decir la primera menstruación. Mientras en los cambios psicológicos esta la búsqueda de independencia, generalmente la adolescencia que caracteriza por ser una época de rebeldía, la adolescente está buscando su propia forma de ser. Y el cambio social sustancial que se da entre haber sido un miembro de la familia a querer formar parte de la sociedad y comienzan agruparse ya sea por edad o sexo, y comienzan a pasar más tiempo con sus amigos. Generalmente a partir de los doce o trece años se influyen más de las amistades de lo que digan los padres, generando una fuente de información y de influencias tanto positivas como negativas.

¿QUÉ SE PUEDE DECIR ACERCA DEL EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA?

A pesar de todas las campañas que han dado en los últimos años, de promocionar los métodos anticonceptivos, se ha visto que eso no es suficiente. Algunas de las jóvenes que no tienen a sus padres cerca por motivo de la migración, puede que buscando afecto, terminen iniciando su relación sexual a temprana edad, y no solamente puede ser la migración sino también a pesar de tener a su familia aquí no mantienen una buena relación y hay esa carencia afectiva.

También el aspecto físico influye, empiezan los enamoramientos mucho más temprano y generalmente se pueden dejar llevar por el contacto físico que termina en una relación sexual y puede acabar en un embarazo. Entonces no es únicamente una cuestión de que sepan cómo utilizar un método anticonceptivo, sino que tengan integridad y vean la consecuencia de que un embarazo es una responsabilidad, y dejen a un lado la idea de que nunca les va a pasar, entonces estas cosas invaden la mente de los adolescentes.

El mejor método de no embarazarse es la abstinencia, además porque una adolescente de trece o catorce años no está físicamente desarrollada como para dar a luz.

¿CUÁLES SERÍAN LAS CONSECUENCIAS DENTRO DE ESTE TIPO DE EMBARAZO?

Una de ellas es la disertación de las adolescentes de los centros

educativos disminuyendo así las posibilidades laborales, porque ahora el título mínimo que se pide para trabajar es el de bachiller. Otra de las consecuencias es que la adolescente ocasiona factores de riesgo que marque o afecte el futuro de su hijo, y puede ocasionar que él bebe sea un poco más enfermizo. Dentro de lo emocional atacan factores como el sentimiento de culpa y susto porque eso no de debió pasar, otro el no saber cómo afrontar y decir a los padres y por último el que voy hacer después, todo esto puede marcar a la adolescente por el hecho de que sea un hijo no deseado y aparezca el sentimiento de frustración en la madre.

¿EN QUÉ ENTORNO CRECE EL HIJO DE UNA MADRE ADOLESCENTE?

Una adolescente embarazada no es productiva por lo que va a depender de los padres de la joven generando un desbalance a lo que tenían planificado. A veces los abuelos terminan cuidando a sus nietos permitiendo que sus hijos lo que quieran, quitándoles responsabilidad. En algunos de los casos las madres adolescentes no han tenido buenos modelos de crianza y pueden reproducir modelos de maltrato

¿CÓMO SE DEFINE A UN ADOLESCENTE?

En nuestra institución todas las alumnas son adolescentes, tenemos estudiantes que oscilan desde los doce años hasta los diecinueve años, y que están dentro de la etapa que psicológicamente se considera como la adolescencia. Tenemos la adolescencia inicial, media y las etapas finales. Adolescente proviene de la palabra adolesceré, y es un periodo de transformación, tanto de cambios físicos, psicológicos y sociales; por lo tanto es una etapa de mucha vulnerabilidad, y se vuelve aún más difícil cuando la formación no es tomada obligatoriamente por los padres desde la infancia y está siempre ha venido siendo delegada a los centros educativos. Cuando llegan las alumnas a este centro educativo desde los doce años, llegan con distintas formaciones buenas o malas. Es ahí, que hemos tenido que asumir los riesgos, ya que tenemos el convencimiento que sin formación no se puede cambiar la realidad, una formación integral en todas las áreas del ser humano; hoy en día, vivimos bombardeados de información por los medios, tanto en el ámbito científico, social,

político y en eventos educativos, pero nos olvidamos de la parte más importante, el de ayudarles a crecer con conciencia crítica, para que ellas puedan asumir y puedan vivir esa realidad. Ya que también existe un abismo entre lo que es información y formación, entonces hay que partir de eso.

¿QUÉ SE PUEDE DECIR ACERCA DEL EMBARAZO EN LA ADOLESCENCIA?

Se ha escuchado a personas adultas decir con mucha facilidad que las adolescentes están perdidas, ¿Pero quiénes son los responsables de esta situación? Los adultos, que como padres no se han comprometido en la formación, a que tengan conciencia crítica para que puedan enfrentar este mundo, ya que debido a la globalización tenemos un montón de influencia de otros espacios, con otros valores; por lo tanto los adolescentes simplemente lo que hacen es seguir lo más atractivo, sin pensar en los valores que se dieron en la casa. ¿Entonces qué están haciendo los padres principalmente? La responsabilidad es especialmente de ellos, ya que la formación de los hijos es indelegable e irrenunciable. Los centros educativos como el Garaicoa, se han comprometido voluntariamente a realizar este proceso formación, en este acompañamiento a los adolescentes.

Ya que contábamos con un proyecto llamado FIA que data desde el año 1988 y en el año 1993, se nos otorgó un reconocimien-

to, contábamos con dos horas semanales en nuestra malla curricular para trabajar valores y formación en todos los aspectos que conciernen al crecimiento del adolescente. Un embarazo adolescente es un embarazo temprano donde chicas de trece, o catorce años ya están embarazadas y van a ser mamás. ¿Con que formación van a seguir esa gran responsabilidad que dura toda la vida? No está formada para eso.

¿CUÁLES SON LAS CAUSAS MÁS RELEVANTES PARA QUE SE ORIGINE ESTE TIPO DE EMBARAZOS?

Nos encontramos que la adolescente vive en diferentes conflictos como el abandono por la migración, también el estar expuestos a drogas a otras influencias de culturas juveniles; y en todas esas situaciones en que vive el adolescente, influenciado dentro de la sociedad. Al no tener un referente familiar los adolescentes buscan lo que hay afuera, entonces hay surge el problema del embarazo adolescente. Es necesario hablar acerca no solamente del abandono físico o la destrucción del hogar sino también el abandono en la formación, al dejar que los hijos hagan lo que quieran, sin ellos ser referentes en su formación. Entonces es ahí donde los jóvenes encuentran influencias que a veces llegan a ser más placenteros fuera de casa. No existe exigencia de estudiar, de ser responsable, sino por lo contrario es el de buscar nuevas experiencias que les lleven en búsqueda de la

"felicidad" únicamente basadas en cosas externas como bailes, fiestas, bebidas, pasar el tiempo con amigos, que logra de cierta manera ser más atrayente que recibir formación de los padres mientras que la verdadera felicidad tiene que involucrar lo esencial del ser. Hoy en día los padres quieren inculcar valores a sus hijas adolescentes, prácticamente a la fuerza, quieren inculcar un comportamiento mediante el chantaje, amenazas; cuando los adolescentes ya no responden.

Ahora ya no se habla de padres e hijos en una comunidad de amor por la familia, sino que se habla de padres versus hijos en un enfrentamiento permanente con los hijos que no obedecen y los padres que no quieren perder el poder. Se ha perdido la dimensión horizontal en la relación familiar, donde prima el afecto, hoy en día los padres ya no saben cómo llegar a los hijos.

Para que haya amor se requiere madurez y las adolescentes no tienen esa madurez para desprenderse del sí y hablar del nosotros, para aceptar al otro como es, entonces no se puede hablar de amor es simplemente atracción, son sensaciones que se presentan únicamente por el contacto y esto les lleva a tener relaciones, y la inmadurez de ni siquiera tener un plan de prevención de embarazo, y esto se convierte en un problema familiar educativo, social y económico, hasta en políticas a nivel de país.

¿CUÁLES SERÍAN LAS CONSECUENCIAS

DENTRO DE ESTE TIPO DE EMBARAZO?

El primero es el problema psicológico que vive la adolescente, que generalmente dura toda la vida. Antes una madre adolescente era repudiada por la familia, no podía estudiar, rechazada en el ambiente laboral. Ahora ha ido cambiando ya que existen leyes que las amparan, ya que ningún colegio sea público o privado no pueden expulsar a una adolescente por embarazo. En nuestra institución a la alumna embarazada se le acoge y se le involucra en un proceso de formación específico para aprender a ser mamá asumiendo su maternidad, y se trabaja en aspectos de prevención para evitar que la joven no vuelva a tener otro embarazo.

¿EN QUÉ ENTORNO CRECE EL HIJO DE UNA MADRE ADOLESCENTE?

Los padres le ayudan a criar al bebe, que al principio existe rechazo por parte de la familia pero al final terminan siendo los más queridos, naciéndoles sentimientos de ternura. Por otro lado los padres de estos niños se vuelven proveedores y de vez en cuando ven al niño, esto por lo general hace que los niños se vuelvan carentes de afecto y se convierte en un círculo repetitivo, y por lo general si la pareja decide convivir no duran mucho por falta de madurez.

Cecilia Torres
Entrevistada



GINECÓLOGA
Fundación Humanitaria
Pablo Jaramillo Crespo.

¿CÓMO ES BIOLÓGICAMENTE UNA ADOLESCENTE PROMEDIO?

Depende la adolescencia empieza ahora desde los doce años hasta los diecinueve años, entonces una adolescente tiene cada vez un desarrollo biológico más temprano. Esto quiere decir las adolescentes promedio con una situación económica media y con una buena alimentación, las adolescentes de doce o catorce años y ya se ven con un cuerpo de adulta, debido a que la menstruación viene más temprano, por otro lado existen adolescentes que es normal que desarrollen poco después.

¿EXISTEN CONSECUENCIAS DE RIESGO DENTRO DE LA SALUD EN EL EMBARAZO ADOLESCENTE?

Por supuesto, un embarazo en la adolescencia es un embarazo de alto riesgo, primero porque este tipo de embarazo es multi-causal, ya que al ser una adolescente no tiene las condiciones ideales, ni biológicas, psicológicas, económicas, familiares, sociales, ni culturales; para afrontar un embarazo, entonces por todos esos impactos antes mencionados, se considera un embarazo de alto riesgo. Ahora en la parte médica existen complicaciones que se dan en el embarazo por lo que hay que llevar un control más estrecho, directo y más continuo, con el apoyo del resto del equipo tanto como los psicólogos, como el resto de la familia, ya que es una persona que necesita apoyo de la sociedad.

¿CÓMO SE DEBERÍA LLEVAR ACABO EN LA ADOLESCENCIA?

Lo ideal sería prevenir el embarazo en la adolescencia, ya que el impacto que causa este tipo de embarazo cambia totalmente su estilo de vida, tendrá que estudiar de noche, a distancia, o empezar a trabajar, ya que tendrá que ver a su hijo. Entonces el impacto es en todo sentido, tanto para la adolescente como para la familia y la sociedad. Entonces lo ideal es prevenir, pero si ya está embarazada el tratamiento es integral, tanto con el ginecólogo que ve la parte biológica, los psicólogos la parte emocional y el respaldo de la familia, del colegio y el resto de sociedad.

HOMÓLOGOS

GR

INTELIGENTE

es el hombre que decide
prevenir el embarazo
con su pareja

¿Qué es un
proyecto de vida

proyecto de vida se refiere a
proyecciones, decisiones y
acciones que cada persona
realiza todos los días para
alcanzar las metas y los
objetivos que quiere conseguir.



CAMPAÑA

REDES CROMÁTICA



HABLA SERIO

SEXUALIDAD SIN MISTERIOS

AUTOR

ENIPLA (Estrategia Nacional Intersectorial de planificación familiar Para la prevención de embarazos en adolescentes) Ecuador.

FORMA

Esta campaña se realizó en su mayoría con afiches para web, en este caso se utilizó la plataforma de Facebook, y cuentan con diferentes formatos desde 816 x 302 hasta 960 x 679 en forma cuadrada y rectangular.

Dentro de la tipografía se escogió por sus características de fresca, sencilla y dinamismo, la tipografía Architects Daughter, desarrollada por Kimberly Geswein es completamente libre, así como la tipografía Maven Pro, creada por Vissol Ltd, por lo que pueden ser distribuidas libremente.

Por otro lado la cromática es una gama de: Mostaza, Naranja, Fucsia, Púrpura, Verde y Turquesa, colores vivos y de sensación juvenil, positiva, estos colores se pueden apreciar en el logotipo y en el

resto de la campaña como los afiches, banners y souvenir.

La ilustración está empleada básicamente como bocetación, en donde se fueron descartando y afinando las figuras hasta llegar a las que conforman el logotipo de la campaña.

Mientras que en la fotografía muestran actitudes de las personas sobre todo de adolescentes felices, joviales llenos de vida, amigables, valores positivos, es por ello, que se debe cuidar el tipo de imágenes que se relacionan a ella. Hay situaciones que son duras en relación al tema de la sexualidad, sin embargo la marca espera que su campaña se percibida positivamente, que ayude al objetivo de que la marca tenga apego y que se la asocie a un mensaje inspirador. Así mismo, es muy importante que la marca se relacione a mensajes claros que refuercen el concepto de confianza que es inherente a la marca.

FUNCIÓN

"Habla serio" sexualidad sin misterios es una campaña social que está dirigida para los jóvenes del Ecuador para informarles acerca de educación sexual, mediante las redes sociales y mediante campañas en puntos de encuentro como también en instituciones secundarias. El objetivo principal de la campaña es que los jóvenes se expresen directamente del tema, por ello es indispensable que la marca sea también de un mensaje claro al público.

Además crean la necesidad de crear un concepto amigable y cotidiano, para que el público se identifique con la marca. El grupo objetivo de esta campaña va dirigidas a jóvenes, HABLA SERIO tiene una doble lectu-

ra, para los jóvenes significa querer que hablen directamente y con la verdad, para el público adulto significa que hay que hablar seriamente del asunto.

TECNOLOGÍA

Parte de la campaña fue impresa en plotter de impresión para los banners que colocaban en los eventos, en Offset para la papelería y las bolsas, además de serigrafía para lo que son los gorros, camisetas, manillas y los souvenir.

CONCLUSIONES

Habla serio es una campaña amigable y positiva que se llevó a cabo en el Ecuador como un proyecto de prevención de embarazos en adolescentes, su cromática es jovial, pero a mi parecer le falta más dinamismo dentro de las redes sociales, existe mucha información en base afiches y pienso que les falta mucho más información dinámica, y no muy estática. Este homologo me sirve para saber cómo plantear mi briefing en el segundo capítulo también como modelo dentro del manejo en Facebook con lo que respecta a información dentro de esta plataforma.



ESTILO

TIPOGRAFÍA

DINAMISMO

PREVENIR EMBARAZO EN ADOLESCENTES

AUTOR

APROFAM (Asociación Pro Bienestar de la Familia) Guatemala.

FORMA

Esta es una fundación que tiene información en Facebook y en YouTube, donde cuentan con un video animado con la duración de 2.38 minutos. La técnica que se utilizó es el motion graphics, (Kinetic/Motion Graphics) en tamaño de 640 x 360. Respecto a la tipografía, se utilizó el estilo San Serif, posiblemente la helvética, ya que es un tipo de letra legible para transmitir información, donde se utiliza recursos gráficos, como elementos visuales y composiciones dinámicas acompañadas de tipografía. Con lo que respecta a la cromática cuenta con una paleta muy escasa, puede ser intencional para que el color llame más la atención ya que el fondo del escenario es de un tono grisáceo

FUNCIÓN

Esta fundación tiene como objetivo prevenir el embarazo en adolescente, utilizando un video animado, está dirigido a los

adolescentes y a los padres de familia para dar a conocer información importante y con dinamismo donde se puede apreciar y el fin es que se concientice acerca de los riesgos que conlleva un embarazo de este tipo.

TECNOLOGÍA

Básicamente es una animación multimedia donde se utilizó la técnica del motion graphics Kinetic/Motion Graphics. Este estilo se utiliza especialmente para crear campañas que informen acerca de una temática o para el desarrollo de infografías dinámicas.

CONCLUSIONES

Es una animación fue realizada en Guatemala por la fundación APROFAM donde se puede ver claramente la información de una manera no convencional, utilizando como recurso la animación que llama mucho la atención por la movilidad de gráficos y tipografía. Aunque es un homólogo directo, pienso que le falta manejarse un poco más por redes sociales, además utilizar una paleta mucho más variada si se trata de llegar a jóvenes y no únicamente la paleta de la fundación, que en este caso es el anaranjado.

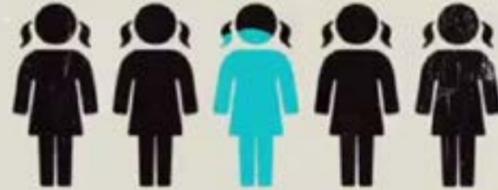
STED
PUEDE CONTRIBUIR A
CAMBIAR ESTA
SITUACI

ESTILO

**EN AMÉRICA
LATINA Y EL
CARIBE**

35 - SUMANDO EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE - UNFPA

**UNA
DE CADA CINCO
ADOLESCENTES**



TIPOGRAFÍA

TRANSICIÓN



POBREZA
**DESIGUALDAD
ENTRE
GÉNEROS**
VIOLENCIA

**VIVEN
75 MILLO
DE ADOLESCENTES**

**DE LAS
EMBARAZADAS
ADOLESCENTES**

**ELLAS SON AGENTES
DE CAMBIO**

**EDAD EN QUE DEBERÍAN
ESTAR TERMINANDO**

SUMANDO EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE

AUTOR

UNFPA (Fondo de Población de las Naciones Unidas) Paraguay.

FORMA

Esta es una Fundación internacional que cuenta con videos animados en plataformas como YouTube, con la duración de 2.24 minutos. También es un homologo directo. La técnica de animación en la que se desarrolló, es el motion graphics. La técnica del motion graphics, una combinación de gráficos y tipografía llamado (Kinetic/Motion Graphics), donde se da a conocer información rápida y que llama la atención. Dentro del formato del video es de 640 x 360. La tipografía es estilo san serif que posiblemente sea la helvética, ya que es una animación básicamente para dar a conocer la información de una manera legible. La cromática que se utilizó para esta animación es el anaranjado, y tonos de blanco al negro.

FUNCIÓN

“Habla serio, sexualidad sin misterios” es una campaña social que está dirigida para los jóvenes del Ecuador para informarles acerca de educación sexual, mediante las redes sociales y mediante campañas en puntos de encuentro como también en instituciones secundarias. El objetivo principal de la campaña es que los jóvenes se expresen directamente del tema, por ello es indispensable que la marca sea también de un mensaje claro al público.

Además crean la necesidad de crear un concepto amigable y cotidiano, para que el público se identifique con la marca. El grupo objetivo de esta campaña va dirigidas a jóvenes, HABLA SERIO tiene una doble lectura, para los jóvenes significa que quieren que hablen directamente y con la verdad; para el público adulto significa que hay que hablar seriamente del asunto.

TECNOLOGÍA

Parte de la campaña fue impresa en plotter de impresión para los banners que colocaban en los eventos, en Offset para la papelería y las bolsas, además de serigrafía para los gorros, camisetas, manillas y los souvenir.

CONCLUSIONES

Habla serio es una campaña amigable y positiva que se llevó a cabo en el Ecuador como un proyecto de prevención de embarazos en adolescentes, su cromática es jovial, pero a

mi parecer le falta más dinamismo dentro de las redes sociales, existe mucha información en base afiches y pienso que les falta mucho más información dinámica, y no muy estática. Este homólogo me sirve para saber cómo plantear mi brief en el segundo capítulo, también como modelo dentro del manejo en Facebook con lo que respecta a información dentro de esta plataforma.

CON CLU SIONES

El embarazo en adolescentes sin duda es un problema grave pero aún más grave es el desconocimiento y la poca formación que existe frente a esta problema que genera riesgos en la salud , en lo social y en lo económico

Las campanas sociales ayudan a contribuir información y en general la obtención de un conocimiento tanto cultural como de formación.

Se ha visto que la persuasión dentro de las campañas sociales como en la publicidad son necesarias porque son un arma de influencia en el medio para que los individuos compren algo, o empiece a comportarse de una manera diferente.

Dentro de lo tecnológico, he notado que en la actualidad, es una herramienta fundamental para infundir información debidamente investigada de manera masiva y utilizando las herramientas digitales que puede lograr una mayor calidad con un mejor dinamismo para llamar mucho más la atención de las jóvenes.

La utilización de una técnica de Motion Graphics dentro de la animación se ha visto, pero a pesar de que no es una técnica nueva, tampoco es muy conocida. Pero últimamente se ha estado utilizando para crear campañas video clips musicales, películas etc, que ayuden persuadir el pensamiento colectivo con respecto a su estilo de vida.

Uno de los estilos del motion graphics que se utilizan para campañas tanto publicitarias como sociales es el Kinetic-Motion Graphics que es la composición de elementos vectoriales con tipografía.



MI SOLUCIÓN AL PROBLEMA DE DESATAR
LA CREATIVIDAD ES SIEMPRE LA DE ESTA-
BLECER UN OBJETIVO.

AKIO MORITA

CAPÍTULO 2

P L A N I F I C A C I Ó N

P

BRIEF CREATIVO

Karla y Diana son dos amigas adolescentes muy sociables y que aparentan estar muy alegres, aunque Karla es un poco más tímida cuando intenta hablar con alguien del sexo puesto. Mientras Diana con sus 16 años, vive con sus tíos, ya que sus padres emigraron a EEUU por la situación económica, dejándola prácticamente cuando era una infante. Su niñez la pasó en casa de sus abuelos, pero en su adolescencia, comenzó a pasar en casa de sus tíos paternos, ya que había entrado en una etapa conocida como la edad del “burro”. Empezaba a tener síntomas de rebeldía, y a llegar tarde del colegio. Su abuela debido a la edad, ya no podía cuidar más de ella. La “Chikis” como la conocían sus amigos, debido a su 1.55 cm de altura, no se acoplaba en casa de sus tíos porque eran muy estrictos, pasaban ocupados en un negocio familiar y no tenían tiempo para ver por ella. Diana empezó a sentir un vacío y a pensar que ella no pertenecía ahí, debido a que tenía que vivir escuchando las duras discusiones de sus tíos, así que habló con sus padres vía internet, para saber si la dejaban vivir en otro lado.

Entonces los padres tomaron la decisión de mandarla a vivir con su tía materna Viviana, que es su tía más Joven, tiene 30 años, vive sola, no tiene ex-

periencia como madre y casi nunca discuten, ya que “tía Vivi” como le dice Diana, la ve como su hermana mayor, ya que no es estricta y es muy tolerante, entonces Diana pasa mucho más tiempo libre, aprovechando la situación, comienza a llegar más tarde del colegio, ya que no hay nadie que le diga algo.

Por otro lado Karla con sus 17 años, vive con sus padres en una situación un poco más acomodada que Diana, sus padres trabajan tiempo completo y no tienen tiempo para ella, ni para sus “tonterías” como dice su madre. Ellos prefieren resolver sus problemas y su ausencia con dinero para que Karla hiciera y comprara lo que desee. Karla no tiene comunicación con ellos, ya que únicamente ve a sus padres como cajeros automáticos. Para ella lo más importante son sus amigas y su novio Julián, él es de su misma edad unos meses mayor que ella. Karla cree que ha encontrado al amor de su vida, alguien que la escucha y apoya sus decisiones, para ella es el único que la

ANTECEDENTES

Según un estudio realizado previamente mediante una investigación bibliográfica y una investigación de campo, se ha determinado que el embarazo adolescente sigue siendo una problemática dentro de la sociedad, la falta de formación es una de sus principales causas. A pesar de que se han venido fomentando campañas para los jóvenes sobre la utilización de anticonceptivos, se ha visto que no es suficiente, sino que también fomentar información que contribuya a crear conciencia sobre el embarazo.

Concientizar sobre las consecuencias del embarazo a temprana edad, y factores que se ven riesgos como son, la salud, lo social y lo económico.

OBJETIVO COMUNICACIONAL

GRUPO OBJETIVO TARGET

PAÍS: Ecuador.

ZONA: Urbana.

GEOGRÁFICAS.

DEMOGRÁFICAS.

SEXO: Femenino.

EDAD: 13 hasta 19 años.

INGRESO: Son dependientes de sus padres.

OCUPACIÓN: Estudiantes (9no, 10mo, 1ro y 2do de Bachillerato).

EDUCACIÓN: Colegios privados y públicos.

NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: Bajo, medio, medio-alto.

PSICOLÓGICOS

PERSONALIDAD: Sociables, curiosas, rebeldes, enamoradizas, solidarias, divertidas, inmaduras, creen ser las dueñas del mundo, son carentes afectivas, sienten abandono, tienen mala relación con sus familiares, viven sin sus padres, no tienen comunicación, mucho menos formación.

ESTILO DE VIDA: Son chicas que salen del colegio con las amigas y van a casa, socializan en redes sociales como Facebook, ven videos en YouTube, salen con sus amigas, van a matinés, hablan de chicos, ven telenovelas y series de televisión como Combate, Ringo, Calle 7, etc.

INTERESES: Redes Sociales, televisión, cine, amigas, enamorados, música, revistas, bailes.

entiende, entonces comienza a entablar un lazo afectivo mucho más fuerte, llegando así a generar una dependencia hacia él.

Karla y Diana cursan el segundo año de bachillerato, en un colegio particular, y como la mayoría de chicas de su edad, son ruidosas, aman a One Direccion, Miley Cyrus y a otras estrellas juveniles del pop. Son alumnas promedio, pero últimamente sus rendimientos han disminuido, ya que le dedican más tiempo a otras actividades y no a sus estudios. Ahora ellas tienen otras prioridades, que consideran más importantes, como las redes sociales y los chicos. Así que pasan todo el tiempo con ellos a veces en el parque, y a veces en casa ya que tanto Karla como Diana pasan solas en la tarde sin ninguna supervisión adulta. Diana comienza a enamorarse de un chico de su edad que conoció en una

matiné, siente algo que no ha sentido antes, por fin llena ese espacio que tuvo siempre, de sentir que no era importante, ella siente haber conocido al amor de su vida, y entrega toda confianza en él, en el transcurso de unos meses su lazo sentimental crece y su afecto también.

Entonces tanto Diana como Karla llegan a segunda base y comienza a mantener relaciones sexuales a ocultas a veces en casa de ella, y a veces en casa de él sin protección alguna, y sin responsabilidad acerca de las consecuencias de un embarazo a temprana edad debido a su inmadurez que es correspondiente a su edad.

CONDUCTUALES. VARIABLES A TOMAR EN CUENTA

Son personas que están fascinadas por los cosméticos de belleza y la tecnología, la comunicación, estar a la moda, Intentan verse lo más adultas posibles, y en algunas otras cosas no, debido a que les cuesta cambiar, siguen lo que la televisión les ofrece e imitan lo que hacen las adolescentes en las series de televisión. Son presas fáciles de la publicidad ya que la mayoría no saben exactamente lo que quieren.

Mensajes claros, que no expresen prohibición, ya que los adolescentes tienden a aborrecer cuando se les impone algo.

Evitar la sobrecarga de información y que el tiempo de la animación no sobrepase de un minuto, ya que estos dos factores pueden llegar a causar aburrimiento y la desconcentración en los adolescentes

TONO

El tono de esta campaña tendrá énfasis en verse amigable, atractiva y sobre todo comunicacional.

MEDIOS.

Los medios por donde transitara esta campaña serán las redes sociales, debido a que son los medios favoritos por los adolescentes



¿SABEMOS LLEGAR A LOS JOVENES?



PARTIDOS DE DISEÑO

FORMA FUNCIÓN

USO/USABILIDAD

REDES SOCIALES: Para esta campaña se utilizaran las redes sociales, con el fin de ayudar a contribuir con información con respecto al embarazo en adolescentes.

ANIMACIÓN: Dentro de las redes sociales como YouTube se utilizarán videos animados que complementen con dinamismo la información con respecto a la campaña.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN: Dentro de las partes no visibles del diseño, se realizará una composición de los elementos visuales que brinden al usuario una mejor lectura de la información con un mayor entendimiento y dinamismo.

FUNCIONAMIENTO

En el funcionamiento de la campaña se pretende concientizar sobre las consecuencias del embarazo a temprana edad mediante el uso de las redes sociales y la animación para obtener un mayor interés en un público adolescente.

ESTILO**TIPOGRAFÍA****CROMÁTICA**

ESTILO

Se utilizará un estilo (Flat Desing), ya que es un estilo sencillo, y liviano, especialmente utilizado para animaciones mucho más dinámicas e infografías, ya que la utilización formas, tipografías y colores que lograrán una apariencia estética, para así poder lograr alcanzar una composición dinámica, fresca y sobre todo limpia, para poder lograr comunicar de una manera divertida información dentro de las redes sociales.

TIPOGRAFÍA

En cuanto a la tipografía que se utilizará un tipo San Serif, que cuenta con un estilo que brinda gran legibilidad, es sencilla y clara, ya que el fin es mostrar información, mediante composición de tipografía y gráficos vectoriales, en caso de también ser necesaria se utilizara el estilo Serif quizá en algunos textos.

IMÁGENES

En este caso se utilizarán gráficos vectoriales a partir de elementos visuales básicos, que mediante la composición formaran dinamismo en la animación.

CROMÁTICA

Dentro de la cromática se utilizarán una gama de violetas, turquesas, magentas, rojos y rosas, además de una paleta cromática de colores saturados para los elementos gráficos y colores desaturados para los escenarios y fondos con el objetivo de obtener el estilo deseado, además de utilizar el suficiente contraste entre composición

y fondo.

ANIMACIÓN

La técnica de animación que se utilizará es el motion graphics y dentro de ella el estilo Kinetic-Motion Graphics, que es la composición de forma, color, tipografía y composición de elementos.

ILUSTRACIÓN

Para este tipo de animación se ha visto necesario utilizar el estilo Flat ya que es un estilo de ilustración mucho más sencillo y simplificado, tanto para los personajes como para los escenarios, debido que la animación es mucho más fluida y dinámica por ello no habrá tiempo para que el espectador llegue a apreciar detalles mínimos de la ilustración.

AUDIO

Dentro del audio se creará una sincronía entre la animación, voz off y ambientación, que será parte complementaria para conseguir mayor atención por parte del usuario con efectos que complementaran la animación.

FORMATO

Dentro del formato se utilizará el más recomendado que es el AVI ya que ofrece buena calidad de imagen y buena proporción de audio.

TECNOLOGÍA

PROGRAMACIÓN

Se realizarán animaciones mediante la técnica del motion graphics donde se utilizarán primeramente programas de animación para dar movimiento, y acompañados de programas vectoriales y fotográficos, que ayudaran en la creación de elementos que serán utilizados para generar movimiento.

PLATAFORMAS

Se utilizará plataformas como YouTube, Facebook, Twitter e Instagram.

LA CREATIVIDAD NO CONSISTE EN UNA NUEVA
MANERA, SINO EN UNA NUEVA VISIÓN.
EDITH WHARTON

CAPÍTULO 3

D I S E Ñ O

03

IDEAS

5. SIN FORMACIÓN NO HAY CRITERIO

Esta idea quiere transmitir la falta de formación que existe dentro de los hogares como también las posibles consecuencias pero desde el punto causal como es el abandono tanto físico como formacional que padece la adolescente.

6. JÓVENES SIN CENSURA

La idea es ser objetivos dentro de los puntos de sexualidad sin tapujos, de forma directa, donde los jóvenes puedan llegar a identificarse, mostrando la parte cruda de un embarazo en la adolescencia, como riesgos, factores, consecuencias.

7. JÓVENES EN RIESGO

Esta idea quiere comunicar las consecuencias que corren los jóvenes al estar expuestos en situaciones de embarazos, con fines de prevenir las relaciones sexuales irresponsables.

8. YO DECIDO PREVENIR

Esta idea tiene el propósito de comunicar las consecuencias desde un punto preventivo.

9. CREANDO CONCIENCIA SEXUAL

Esta idea quiere comunicar sobre las consecuencias desde un punto consiente con un fin de persuadir el pensamiento de las adolescentes sobre el tema serio de un embarazo dentro de sus vidas.

10. SEXUALIDAD EN LA JUVENTUD

Esta idea quiere comunicar las consecuencias desde un punto informativo haciendo recalque no solamente en las consecuencias sino también en los medios de prevención.

3. TRANQUILA, TODO A SU TIEMPO

El propósito de esta idea innovadora es mostrar las consecuencias de ser madre a temprana edad, con el fin de provocar recapacitar en los adolescentes sobre los posibles riesgos como son la salud, lo social y lo económico desde un enfoque en relación, a que en la adolescencia se debe vivir como adolescente, mas no llenarse de responsabilidades que aún no les corresponden, y que son factores que entorpecen el desarrollo integral de la persona adolescente.

VENTAJAS:

Se asemeja más a la problemática que se plantea

Mantiene una buena pregnancia.

Innovadora

Es breve

Funcional

Fácil de recordarlo

DESVENTAJAS:

El nombre de la Idea no se presta para generar variantes

5. SIN FORMACIÓN NO HAY CRITERIO

Esta idea quiere transmitir la falta de formación que existe dentro de los hogares como también las posibles consecuencias pero desde el enfoque causal como es el abandono tanto físico como de formación que padecen estos adolescentes. Esta también sería una idea innovadora, ya que son puntos que no se han analizado a la hora de hacer campañas de embarazo.

VENTAJAS:

Versátil para realizar una identidad

Innovadora

Dinámica

Se puede crear un sistema dentro de la campaña.

DESVENTAJAS:

Nombre muy largo

Más complicado recordarlo

El nombre de la idea no es muy claro en cuanto a la relación con el tema

8. YO DECIDO PREVENIR

Esta idea tiene el propósito de comunicar las consecuencias desde un punto de la prevención, generando iniciativa con la intención de crear conciencia, en donde los adolescentes puedan sentirse parte de la campaña de prevenir por las posibles consecuencias.

VENTAJAS:

Puede generar un gran apego del target

Crear iniciativa

Innovadora

DESVENTAJAS:

Se pueden ver confundida o mal interpretada por otro tipo de campaña.

01 IDEA FINAL

43 - PANDO

TRANQUILA, TODO A SU TIEMPO

El propósito de esta idea innovadora es mostrar las consecuencias de ser madre a temprana edad, con el fin de provocar recapacitar en los adolescentes sobre los posibles riesgos como son la salud, lo social y lo económico desde un enfoque en relación, a que en la adolescencia se debe vivir como adolescente, y mas no llenarse de responsabilidades que aún no les corresponden, y que son factores que entorpecen el desarrollo integral de la persona adolescente.

SABEMOS LLEGAR A LOS JÓVENES?



SISTEMA DE DISEÑO

CONDICIONES

TARGET: Adolescentes de 13 a 19 años

MORFOLOGÍA: Diseño e ilustración Flat, colores saturados y desaturados

TECNOLOGÍA: Cromática RGB, After Effects.

SOPORTE: Multimedia.

PLATAFORMA: Redes sociales.



| | | | | | |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|
| R: 203 G: 130 B: 165 | R: 164 G: 130 B: 164 | R: 251 G: 245 B: 188 | R: 69 G: 18 B: 54 | R: 228 G: 28 B: 124 | R: 28 G: 151 B: 166 |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|

ESCENARIOS

PASTELES
DESATURADOS

PERSONAJES

SATURADOS

HELVÉTICA

TIPOGRAFÍA

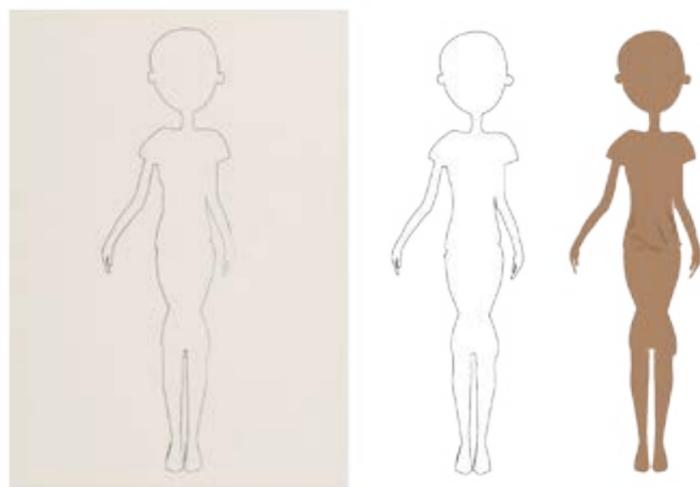


ILUSTRACIÓN FLAT

DETERMINANTES

CROMÁTICA

CONSTANTES

Dentro de la cromática se planteó una paleta de colores saturados, desaturados y pasteles, para lograr un contraste entre los escenarios y los objetos de diseño e ilustración.

TIPOGRAFÍA

CONSTANTES

La tipografía San Serif (Helvética) es una constante dentro del sistema, debido a que brinda una mejor lectura

ILUSTRACIÓN

CONSTANTES

La ilustración FLAT es un estilo liviano que facilita la animación, es utilizado dentro del motion graphics para reforzar el mensaje sus características joviales, intentarán llegar al target .

CROMÁTICA

VARIANTES

Con respecto a la cromática se amplía la gama cromática de colores saturados y desaturados para crear más personajes

PERSONAJES

SATURADOS
DESATURADOS

| | | | |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| R: 238 G: 125 B: 34 | R: 220 G: 141 B: 186 | R: 157 G: 19 B: 95 | R: 102 G: 100 B: 170 |
| R: 299 G: 30 B: 81 | R: 108 G: 121 B: 147 | R: 255 G: 255 B: 255 | R: 84 G: 190 B: 203 |

TIPOGRAFÍA

HELVÉTICA
LIGTH
HELVÉTICA
ROMAN
HELVÉTICA
BOLD
HELVÉTICA
BLACK

TIPOGRAFÍA

VARIANTES

Existe una variedad dentro de la Helvética de la misma familia, lo que cambia es el grosor para dar a denotar frases que tienen más relevancia

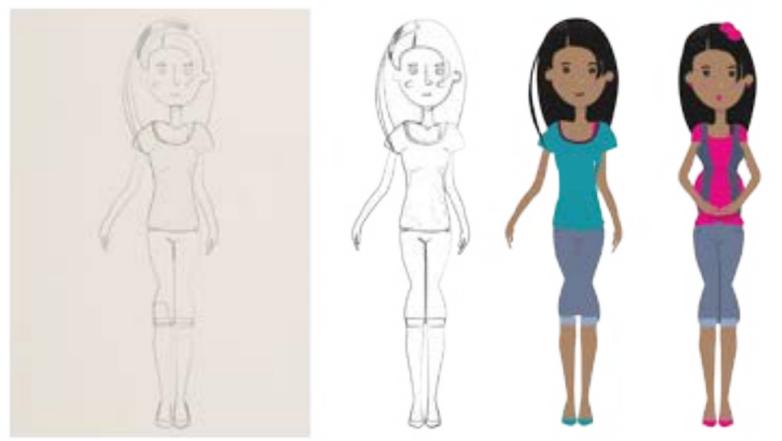


ILUSTRACIÓN VARIANTES

Las variantes que se generaron son aspectos del rostro, vestimenta, cabello, labios

MOVIMIENTOS VARIANTES

En este punto se genera un sistema dentro de la posición de los brazos para generar la animación

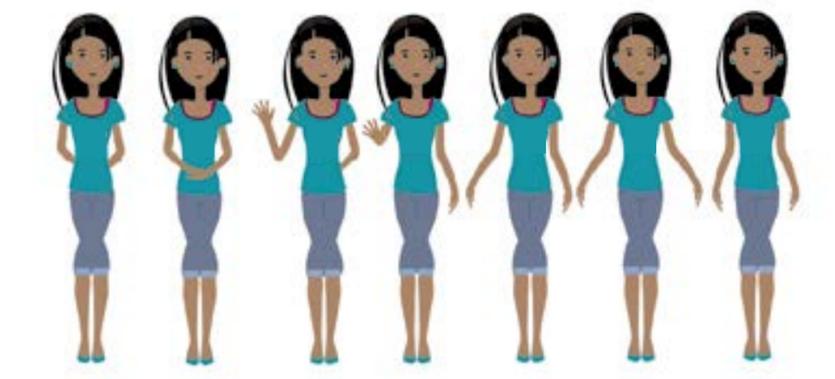
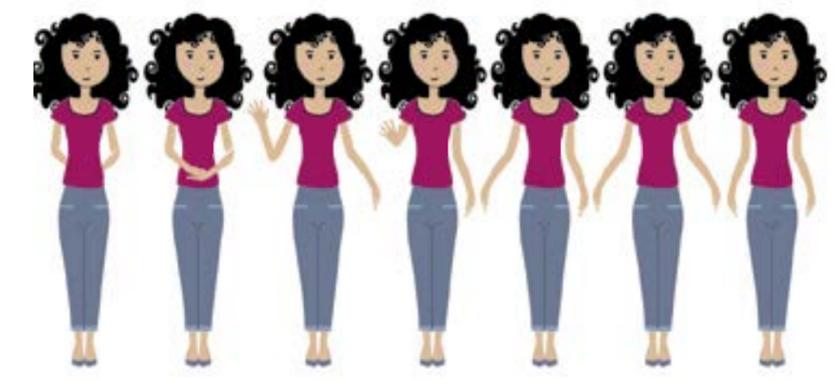


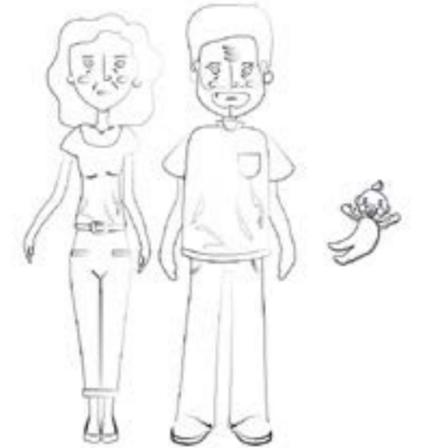
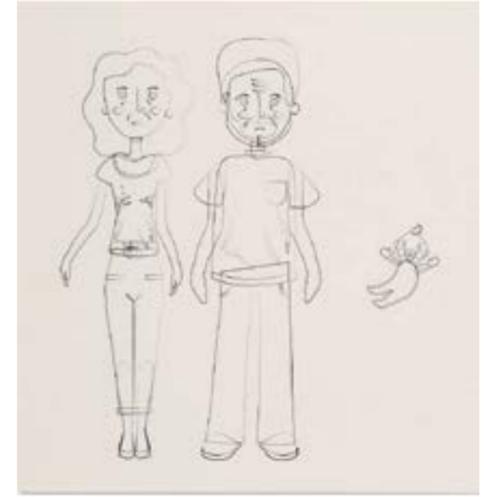


ILUSTRACIÓN VARIANTES

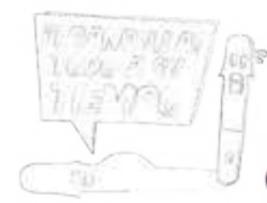
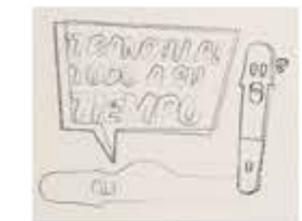
En este punto se genera un sistema dentro de la ilustración donde se puede generar a partir de el personaje principal rasgos para poder crear el parentesco entre la adolescente y sus padres tomando rasgos directamente del personaje

ILUSTRACIÓN VARIANTES

Rasgos como el cabello, el tono de piel, la forma de los ojos, cejas, mejillas, cuello.

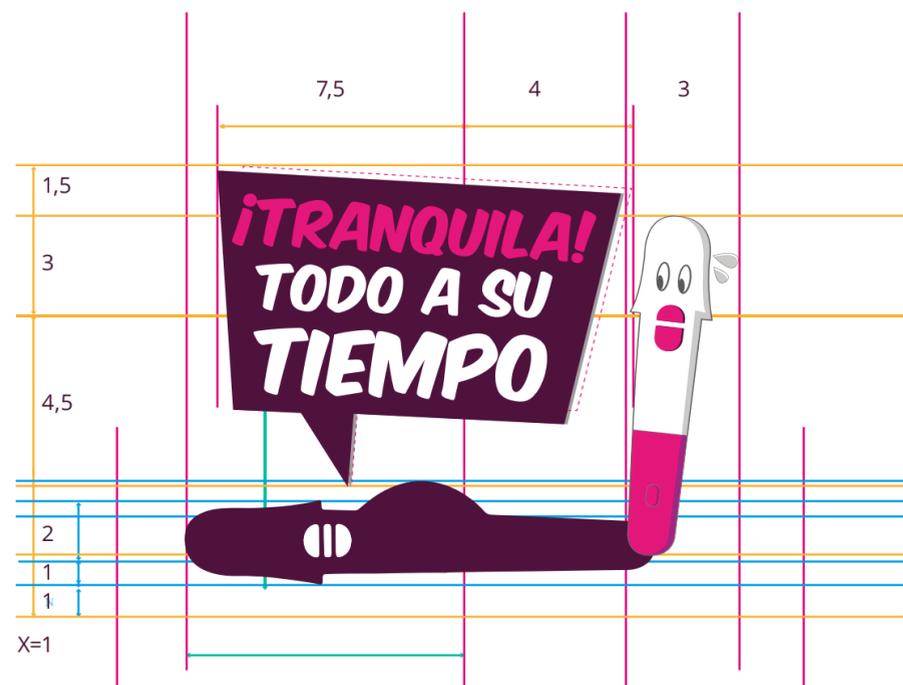


CAMPANA



LOGO





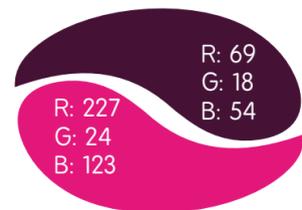
REFERENTES



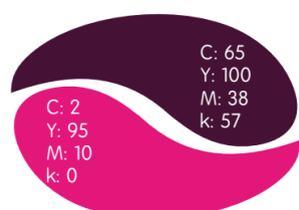
ABCDEF

0123456789

TIPOGRAFÍA
KOMIKA AXIS



CROMÁTICA
SATURADO
RGB



CROMÁTICA
SATURADOS
CMYK

APLICACIÓN



AFICHES



Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.



Hola soy Pao y tengo 22 años soy madre adolescente desde los 14 años.
¿Sabías que Ecuador es el segundo país en Latinoamérica con mayor índice de embarazo en adolescentes.

TRANQUILA!
TODO A SU
TIEMPO



Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.



Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.



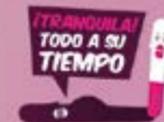
Hola soy Anita, tengo 21 años y soy madre adolescente desde los 17 años.
¿Crees que estamos en condiciones de abandonar el colegio y de trabajar cuando estamos en la adolescencia? A si que...

TRANQUILA!
TODO A SU
TIEMPO



Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.



PERFILES

G

GUIONIZACIÓN



| | |
|---------------------------|----------------------|
| NOMBRE: | Cristina Aguilar |
| ALIAS: | Cris |
| EDAD: | 20 años |
| RAZA: | Morena |
| SEXO: | Femenino |
| ALTURA: | 1,65 m. |
| PESO: | 120 lb. |
| PELO: | Largo, Oscuro, Lacio |
| OJOS: | Oscuros |
| NACIDO: | 14 de Junio de 1995 |
| OCUPACIÓN: | Estudiante |
| SITUACIÓN DE VIDA: | Madre adolescente |
| RESIDENCIA: | Ricaurte |
| NACIONALIDAD: | Ecuatoriana |
| ESTATUS: | Medio |

CRIS / PERSONAJE / VOZ DE NARRACIÓN / SALUD

Hola soy Cris, tengo 20 años y soy madre adolescente desde los 15 años.

¿Sabías que la palabra adolescente proviene del termino adolesceré?

Bueno, nuestros padres dicen que estamos en la edad del burro, pero lo que no saben es que nos cuesta cambiar y dejar de ser niñas para convertirnos en adultas... Así que Tranquila, todo a su tiempo

¿Crees estamos preparadas tanto biológica como psicológicamente para afrontar un embarazo en la adolescencia?

Pues, por más que estemos preparadas biológicamente, ya que algunas desarrollamos mucho más temprano que otras. No estamos preparadas psicológicamente para afrontar estas circunstancias. Recuerda estamos en una etapa de cambios y dentro de lo emocional nos afecta, ya sea por el hecho de no saber cómo afrontar el ser madre

a temprana edad, ya que se supone es un embarazo no planificado Así que Tranquila, todo a su tiempo.

Tomate el tiempo para pensar cómo vivir tu vida

Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

NOMBRE: Paola Bustamante.
ALIAS: Pao.
EDAD: 22 años.
RAZA: Blanca.
SEXO: Femenino.
ALTURA: 1,63 m.
PESO: 130 lb..
PELO: Corto, Castaño, Ondulado.
OJOS: Marrón.
NACIDO: 12 de mayo de 1992.
OCUPACIÓN: Estudiante.
SITUACIÓN DE VIDA: Madre adolescente.
RESIDENCIA: Gapal.
NACIONALIDAD: Ecuatoriana.
ESTATUS: Medio - Alto.



NOMBRE: Ana Aguilar.
ALIAS: Anita.
EDAD: 21 años.
RAZA: Mestiza.
SEXO: Femenino.
ALTURA: 1,55 m.
PESO: 110 lb.
PELO: Largo, Oscuro, Ondulado.
OJOS: Oscuros.
NACIDO: 17 de Enero de 1994.
OCUPACIÓN: Ama de Casa.
SITUACIÓN DE VIDA: Madre adolescente.
RESIDENCIA: Totoracocha.
NACIONALIDAD: Ecuatoriana.
ESTATUS: Medio- Bajo.

PAO / PERSONAJE / VOZ DE NARRACIÓN / SOCIAL

Hola soy Pao y tengo 22 años y soy madre adolescente desde los 14 años

¿Sabías que Ecuador es el segundo país en Latinoamérica con mayor índice de embarazo en adolescentes. Por qué crees que sucede?

Bueno, cuando quede embarazada recuerdo haber tenido poca formación y falta de comunicación con mis padres, por miedo hablar con ellos, por desconfianza, y sobre todo por vergüenza.

¿Crees que estamos en la edad para asistir a reuniones, hacer papeleos, cuidar de una vida, y hacer todo lo que hace una madre?

Pues no estamos en la edad de hacer, ni tener este tipo de responsabilidades, ya que somos adolescentes. Así que deberíamos estar divirtiéndonos con responsabilidad, y pensando en mejorar nuestro futuro.

¿Entonces, Por qué no podemos ser unas adolescentes normales?

Bueno, tampoco lo supe. Pero lo que si se, es que no es fácil. A sí que tranquila Todo a su tiempo

Tomate el tiempo para pensar cómo vivir tu vida.

Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

ANA / PERSONAJE / VOZ DE NARRACIÓN / ECONÓMICO

Hola soy Anita, tengo 21 años y soy madre adolescente desde los 17 años.

¿Crees que estamos en condiciones de abandonar el colegio y de trabajar cuando estamos en la adolescencia?

Pues no, ya que dejamos de progresar en los estudios y aumentamos la falta de oportunidades laborales tanto que afecta nuestra calidad de vida como la de nuestra familia. Así que Tranquila, todo a su tiempo.

¿Sabías que un embarazo en la adolescencia en algunos casos causa el abandono de los colegios y esto disminuye las posibilidades de buscar un mejor trabajo?

Pues, este fue mi caso deje de estudiar por un tiempo, para poder cuidar

de mí bebé, mientras su padre dejo de estudiar para buscarse un trabajo, y así poder solventar los gastos de nuestro hijo, ya que, no contábamos con la ayuda económica de nuestros padres, porque tienen más hijos que mantener.

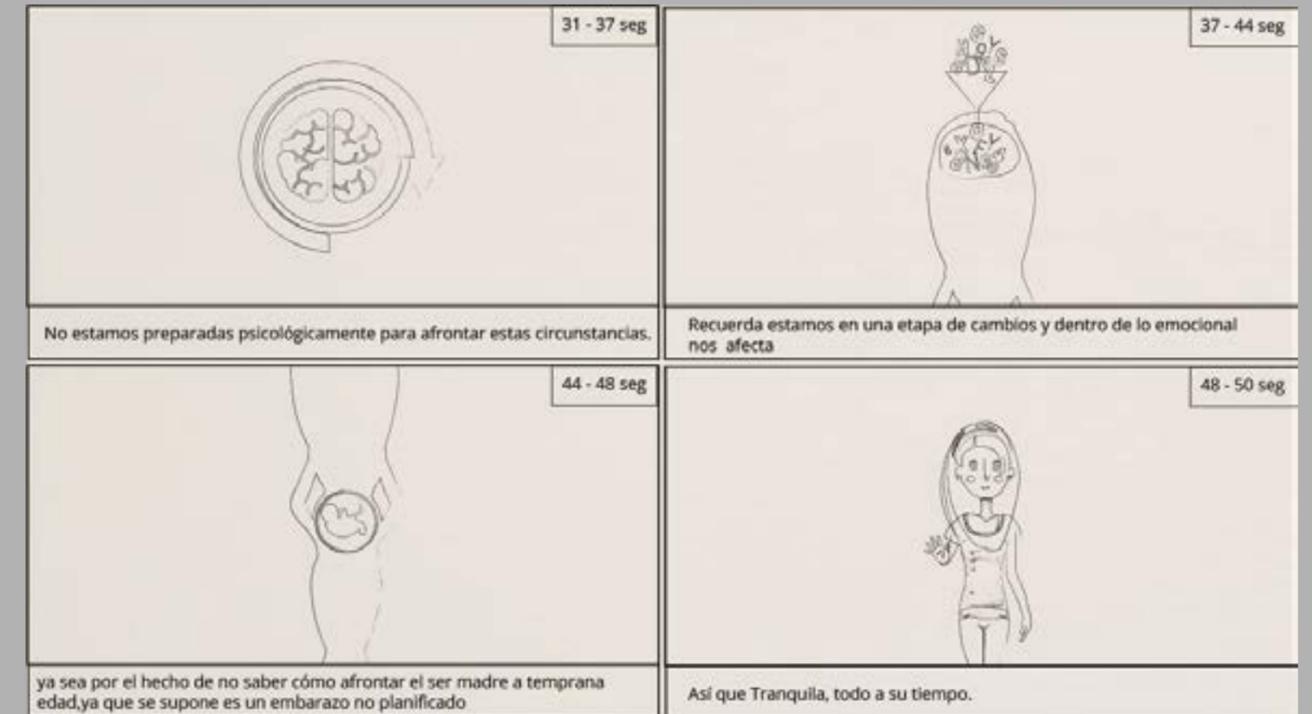
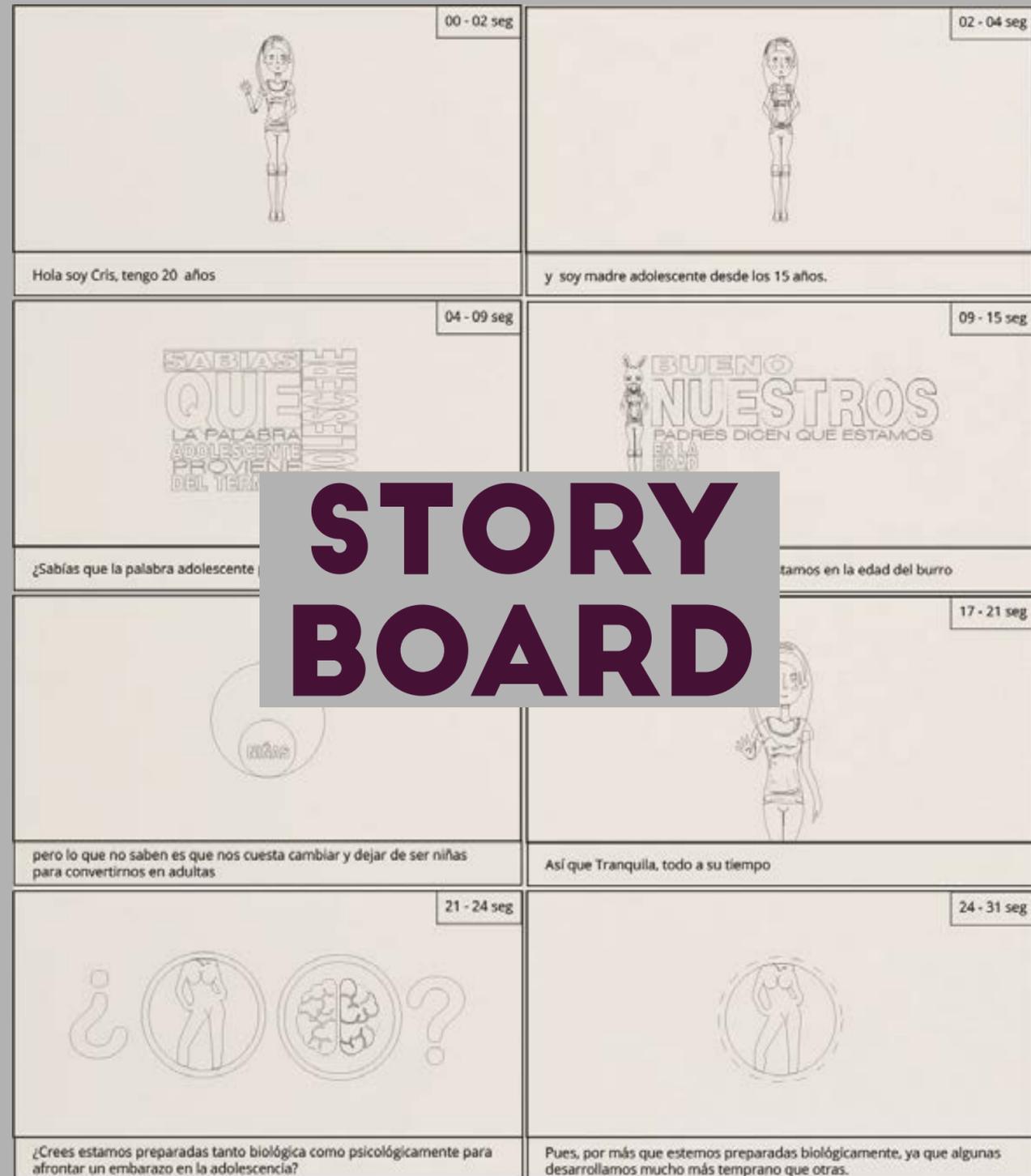
Ahora **¿Te imaginas si hubiese estado sola?**

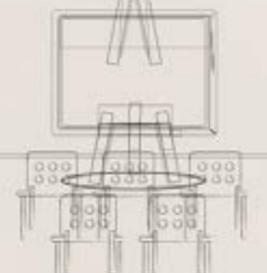
Bueno tranquila todo a su tiempo.

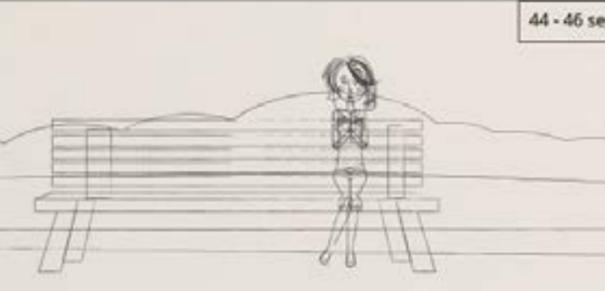
Tomate el tiempo para pensar cómo vivir tu vida.

Tranquila, Todo a su Tiempo campaña social que pretende concientizar sobre el embarazo en adolescentes, y que trae consigo consecuencias que pueden afectar factores como la salud, lo social y lo económico.

Síguenos en: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.



| | |
|--|--|
|  <p>00 - 02 seg</p> |  <p>02 - 04 seg</p> |
| <p>Hola soy Pao y tengo 22 años</p> | <p>soy madre adolescente desde los 14 años</p> |
|  <p>04 - 08 seg</p> |  <p>08 - 13 seg</p> |
| <p>¿Sabías que Ecuador es el segundo país en Latinoamérica con mayor índice de embarazo en adolescentes. Por qué crees que sucede?</p> | <p>Bueno, cuando quede embarazada recuerdo haber tenido poca formación</p> |
|  <p>13 - 18 seg</p> |  <p>18 - 23 seg</p> |
| <p>y falta de comunicación con mis padres, por miedo hablar con ellos, por desconfianza</p> | <p>y sobre todo por vergüenza</p> |
|  <p>23 - 25 seg</p> |  <p>25 - 31 seg</p> |
| <p>¿Crees que estamos en la edad para asistir a reuniones</p> | <p>hacer papeleos, cuidar de una vida, y hacer todo lo que hace una madre?</p> |

| | |
|---|---|
|  <p>31 - 35 seg</p> |  <p>35 - 40 seg</p> |
| <p>Pues no estamos en la edad de hacer, ni tener este tipo de responsabilidades, ya que somos adolescentes.</p> | <p>Así que deberíamos estar divirtiéndonos con responsabilidad, y pensando en mejorar nuestro futuro.</p> |
|  <p>40 - 43 seg</p> |  <p>43 - 44 seg</p> |
| <p>¿Entonces, Por qué no podemos ser unas adolescentes normales?</p> | <p>Bueno, tampoco lo supe</p> |
|  <p>44 - 46 seg</p> |  <p>46 - 48 seg</p> |
| <p>Pero lo que sí se, es que no es fácil</p> | <p>A sí que tranquila Todo a su tiempo o</p> |

| | |
|--|---|
|  |  |
| <p>00 - 02 seg</p> <p>Hola soy Anita, tengo 21 años</p> | <p>02 - 06 seg</p> <p>soy madre adolescente desde los 17 años</p> |
|  |  |
| <p>06 - 09 seg</p> <p>¿Crees que estamos en condiciones de abandonar el colegio</p> | <p>09 - 12 seg</p> <p>y de trabajar cuando estamos en la adolescencia?</p> |
|  |  |
| <p>12 - 17 seg</p> <p>Pues no, ya que dejamos de progresar en los estudios</p> | <p>17 - 20 seg</p> <p>y aumentamos la falta de oportunidades laborales</p> |
|  |  |
| <p>20 - 22 seg</p> <p>tanto que afecta nuestra calidad de vida como la de nuestra familia.</p> | <p>22 - 24 seg</p> <p>Así que Tranquila, todo a su tiempo.</p> |

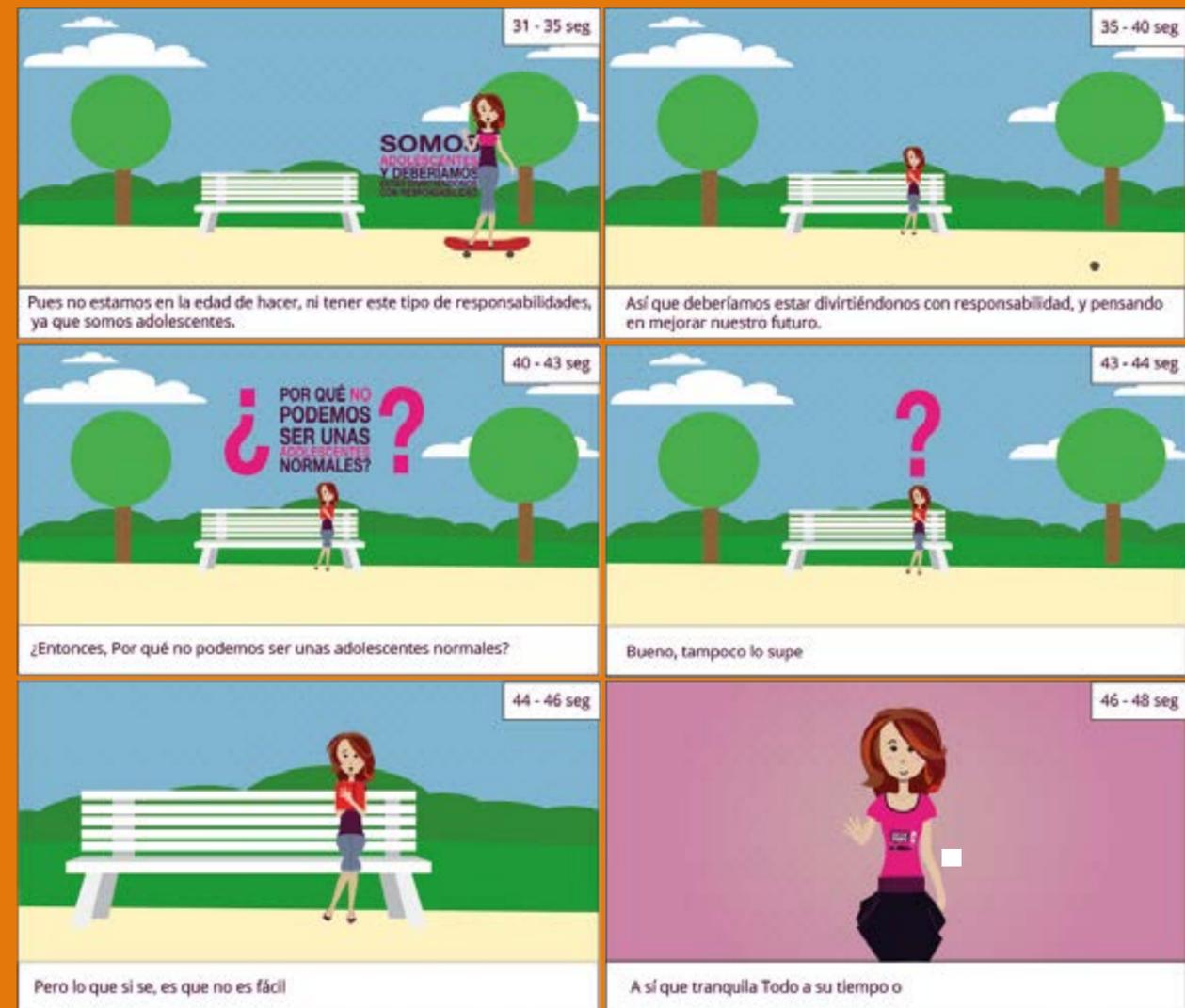
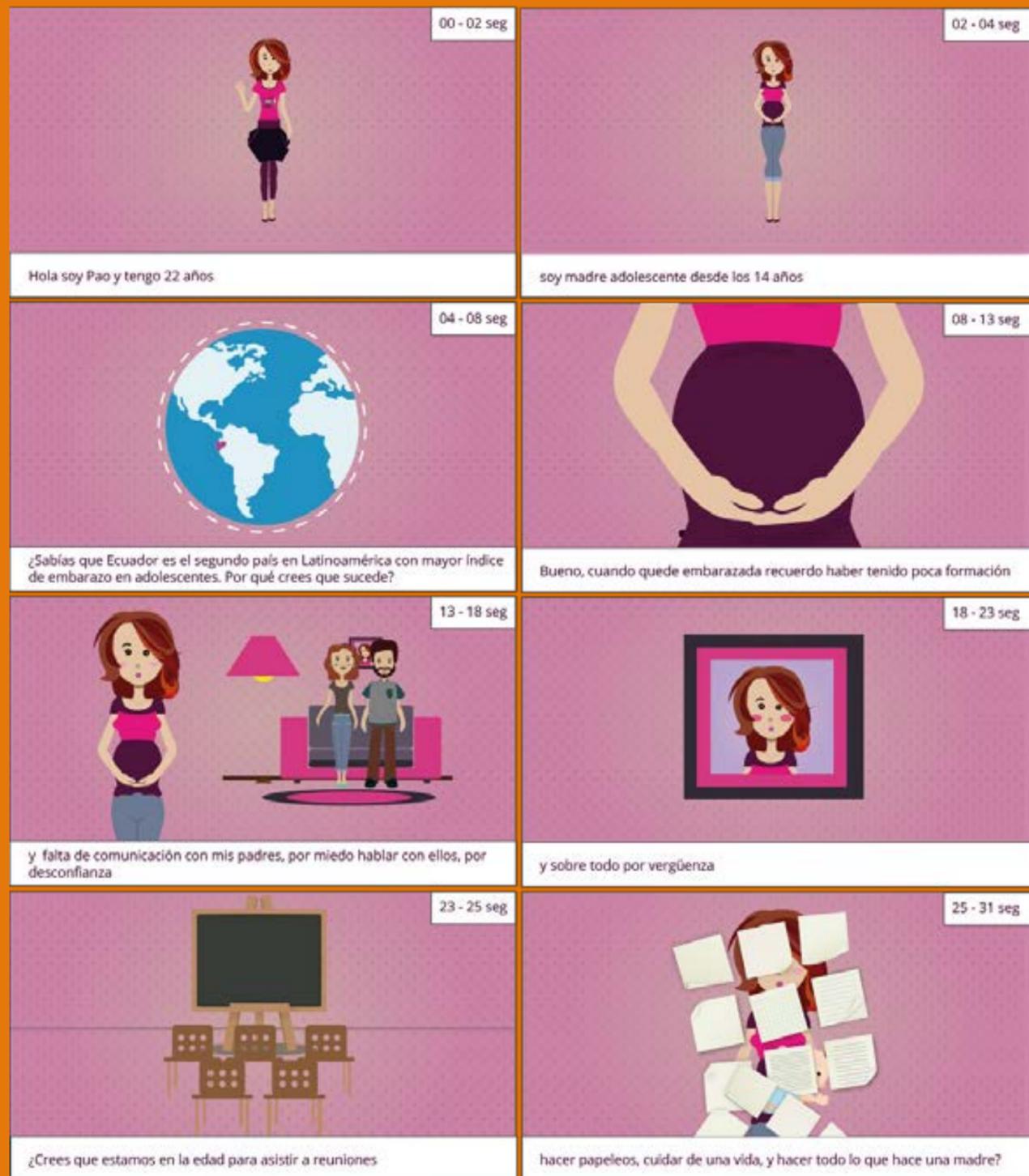
| | |
|--|---|
|  |  |
| <p>24 - 28 seg</p> <p>¿Sabías que un embarazo en la adolescencia</p> | <p>28 - 35 seg</p> <p>en algunos casos causa el abandono de los colegios y esto disminuye las posibilidades de buscar un mejor trabajo?</p> |
|  |  |
| <p>35 - 39 seg</p> <p>Pues, este fue mi caso deje de estudiar por un tiempo, para poder cuidar de mi bebé,</p> | <p>39 - 44 seg</p> <p>mientras su padre dejo de estudiar para buscarse un trabajo</p> |
|  |  |
| <p>44 - 46 seg</p> <p>y así poder solventar los gastos de nuestro hijo</p> | <p>46 - 52 seg</p> <p>ya que, no contábamos con la ayuda económica de nuestros padres, porque tienen más hijos que mantener.</p> |
|  |  |
| <p>52 - 54 seg</p> <p>Ahora ¿Te imaginas si hubiese estado sola?</p> | <p>54 - 57 seg</p> <p>Bueno tranquila todo a su tiempo.</p> |



DIGITALIZACIÓN

| | |
|--|--|
|  <p>00 - 02 seg</p> |  <p>02 - 04 seg</p> |
| <p>Hola soy Cris, tengo 20 años</p> | <p>y soy madre adolescente desde los 15 años.</p> |
|  <p>04 - 08 seg</p> |  <p>08 - 13 seg</p> |
| <p>¿Sabías que la palabra adoles</p> | <p>edad del burro</p> |
|  <p>18 - 23 seg</p> |  <p>18 - 23 seg</p> |
| <p>pero lo que no saben es que nos cuesta cambiar y dejar de ser niñas para convertirnos en adultas</p> | <p>Así que Tranquila, todo a su tiempo</p> |
|  <p>23 - 25 seg</p> |  <p>25 - 31 seg</p> |
| <p>¿Crees estamos preparadas tanto biológica como psicológicamente para afrontar un embarazo en la adolescencia?</p> | <p>Pues, por más que estemos preparadas biológicamente, ya que algunas desarrollamos mucho más temprano que otras.</p> |

| | |
|---|---|
|  <p>31 - 37 seg</p> |  <p>02 - 44 seg</p> |
| <p>No estamos preparadas psicológicamente para afrontar estas circunstancias.</p> | <p>Recuerda estamos en una etapa de cambios y dentro de lo emocional nos afecta</p> |
|  <p>44 - 48 seg</p> |  <p>48 - 50 seg</p> |
| <p>ya sea por el hecho de no saber cómo afrontar el ser madre a temprana edad, ya que se supone es un embarazo no planificado</p> | <p>Así que Tranquila, todo a su tiempo.</p> |



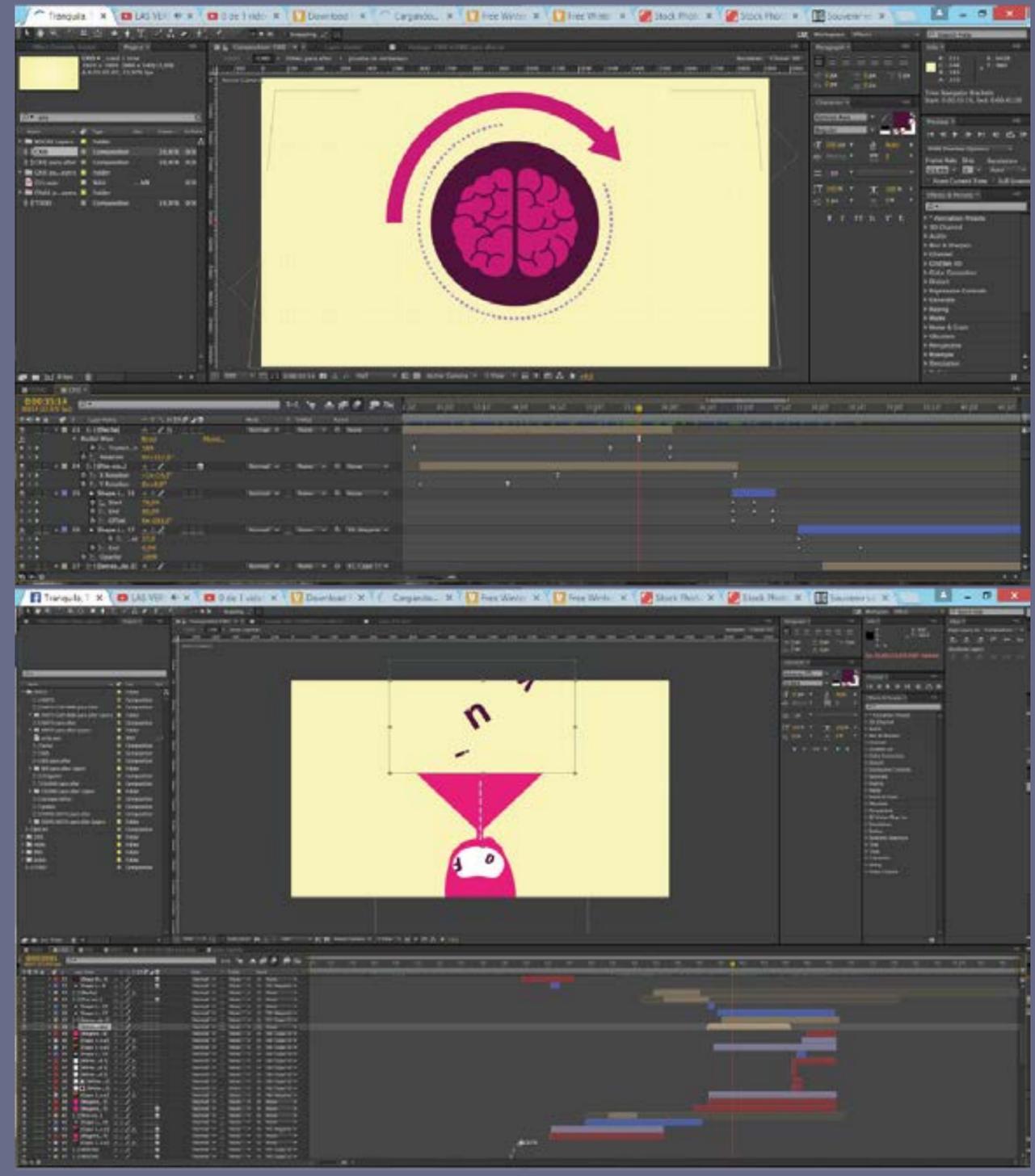
| | |
|--|--|
|  <p>00 - 02 seg</p> |  <p>02 - 06 seg</p> |
| <p>Hola soy Anita, tengo 21 años</p> | <p>soy madre adolescente desde los 17 años</p> |
|  <p>06 - 09 seg</p> |  <p>09 - 12 seg</p> |
| <p>¿Crees que estamos en condiciones de abandonar el colegio</p> | <p>y de trabajar cuando estamos en la adolescencia?</p> |
|  <p>12 - 17 seg</p> |  <p>17 - 20 seg</p> |
| <p>Pues no, ya que dejamos de progresar en los estudios</p> | <p>y aumentamos la falta de oportunidades laborales</p> |
|  <p>20 - 22 seg</p> |  <p>22 - 24 seg</p> |
| <p>tanto que afecta nuestra calidad de vida como la de nuestra familia.</p> | <p>Así que Tranquila, todo a su tiempo.</p> |

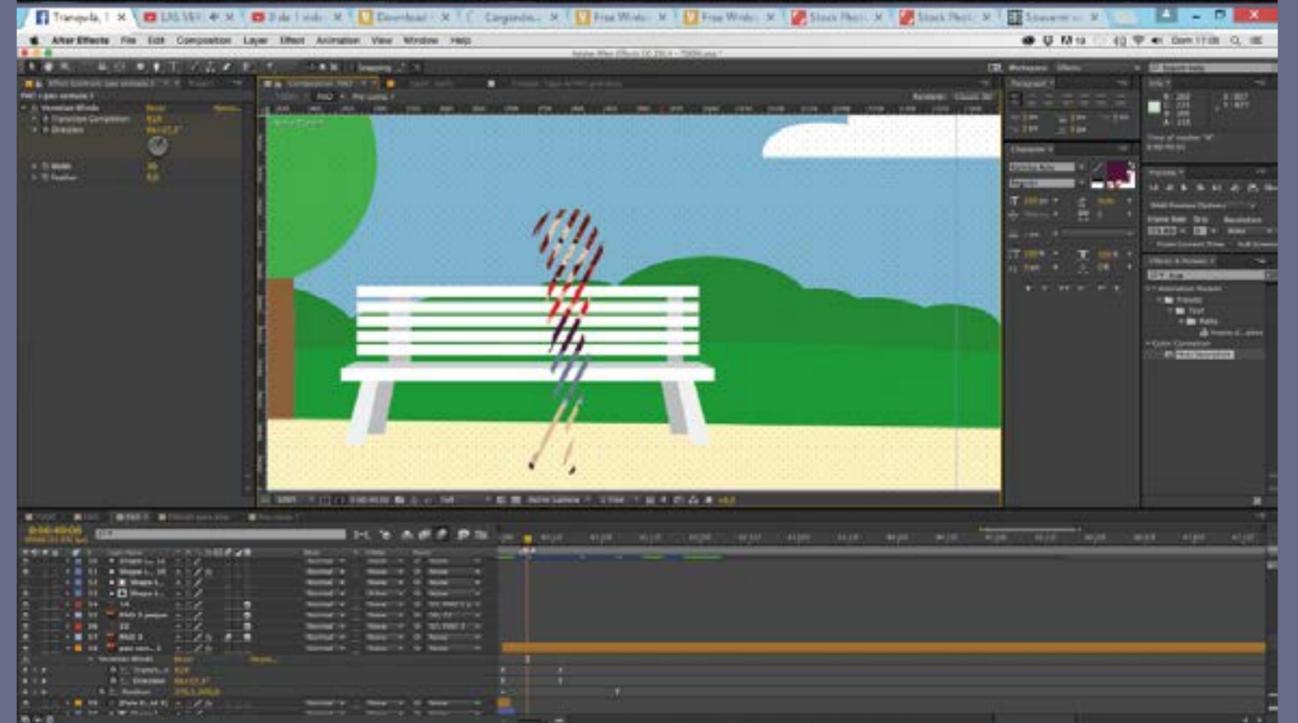
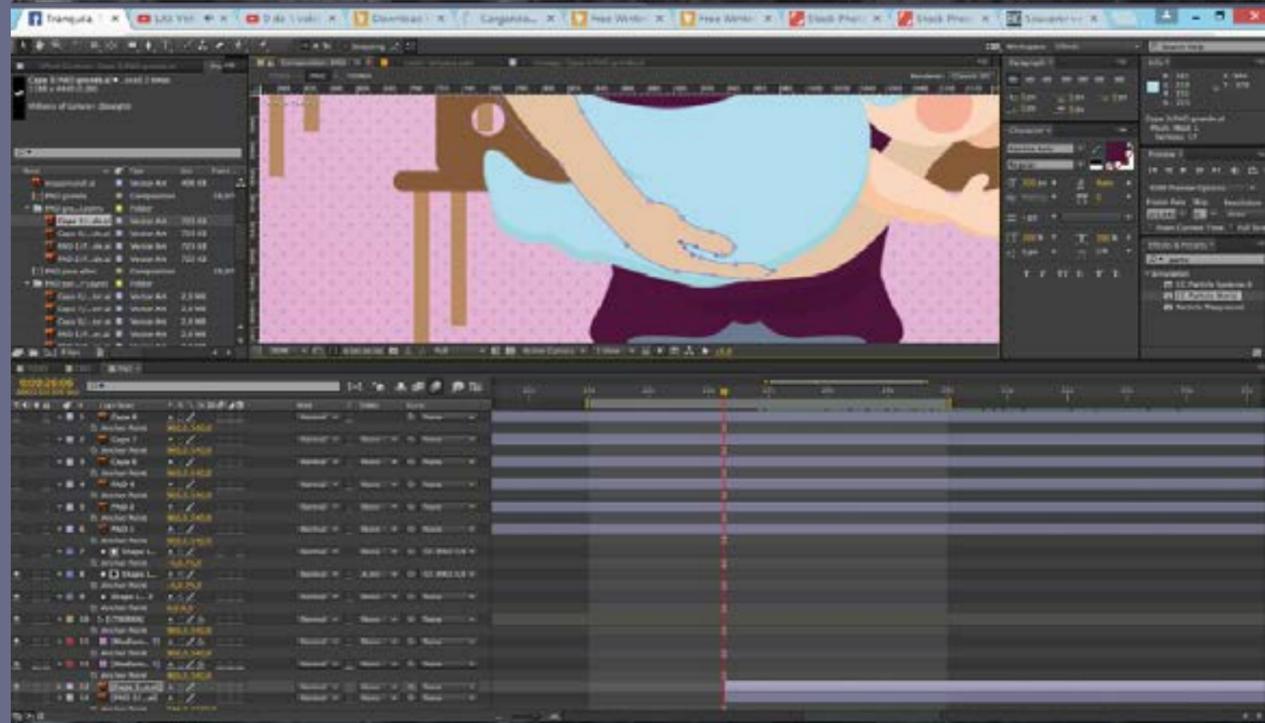
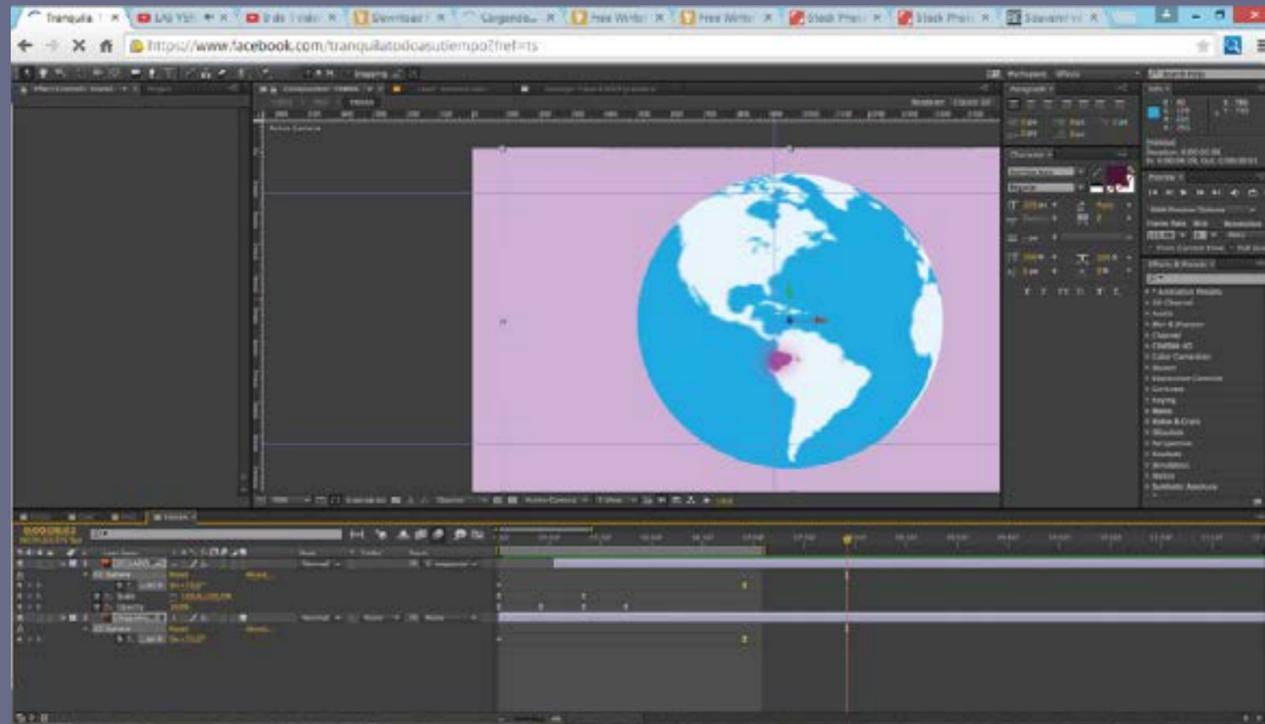
| | |
|--|--|
|  <p>24 - 28 seg</p> |  <p>28 - 35 seg</p> |
| <p>¿Sabías que un embarazo en la adolescencia</p> | <p>en algunos casos causa el abandono de los colegios y esto disminuye las posibilidades de buscar un mejor trabajo?</p> |
|  <p>35 - 39 seg</p> |  <p>39 - 44 seg</p> |
| <p>Pues, este fue mi caso deje de estudiar por un tiempo, para poder cuidar de mi bebé.</p> | <p>mientras su padre dejo de estudiar para buscarse un trabajo</p> |
|  <p>44 - 46 seg</p> |  <p>46 - 52 seg</p> |
| <p>y así poder solventar los gastos de nuestro hijo</p> | <p>ya que, no contábamos con la ayuda económica de nuestros padres, porque tienen más hijos que mantener.</p> |
|  <p>52 - 54 seg</p> |  <p>54 - 57 seg</p> |
| <p>Ahora ¿Te imaginas si hubiese estado sola?</p> | <p>Bueno tranquila todo a su tiempo.</p> |

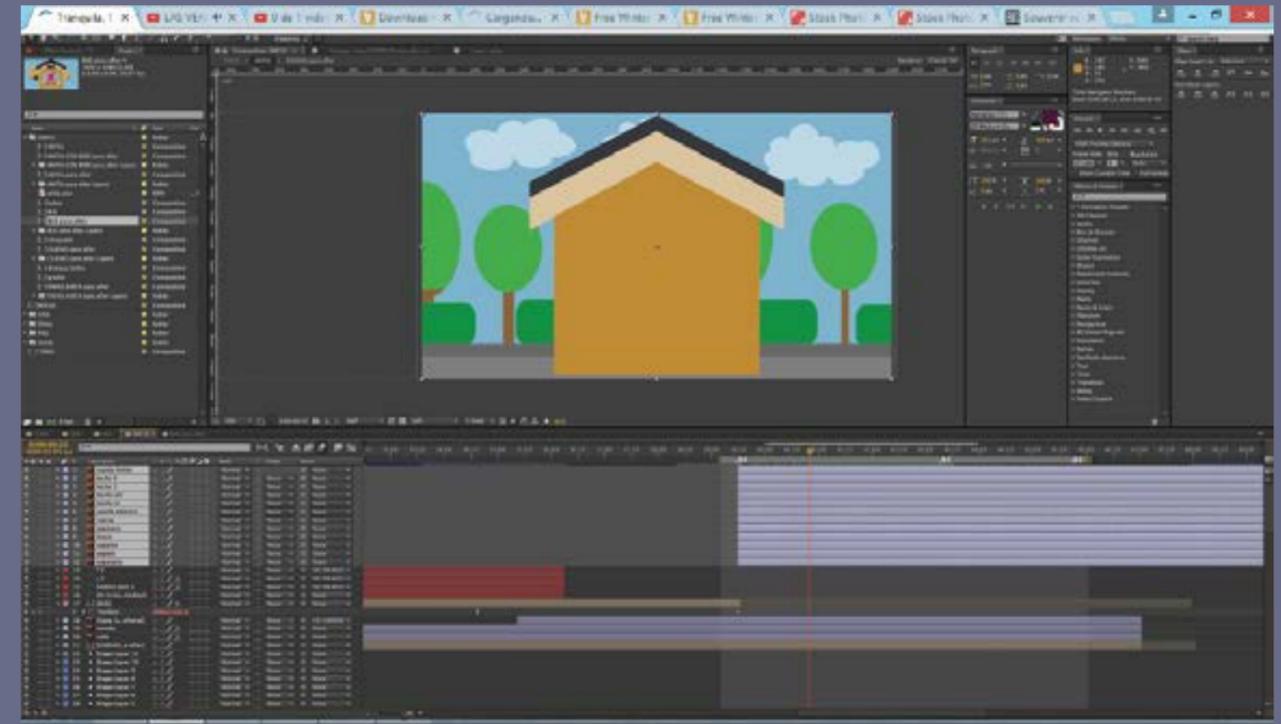
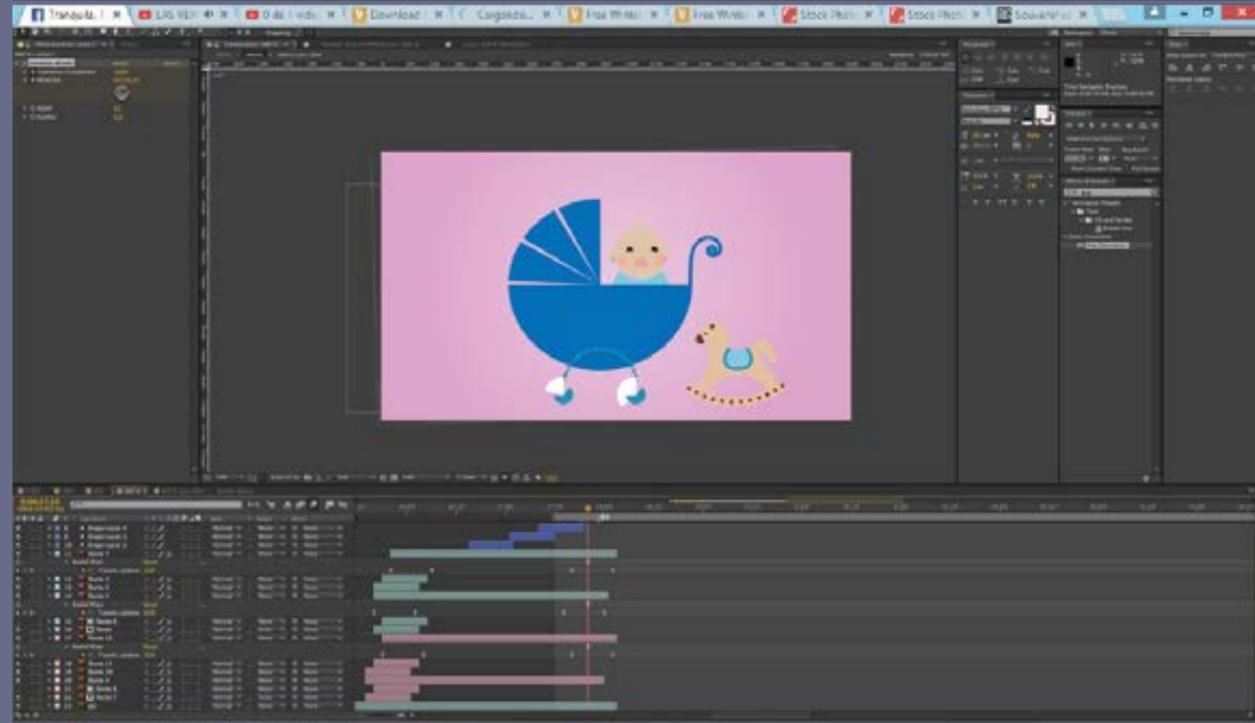
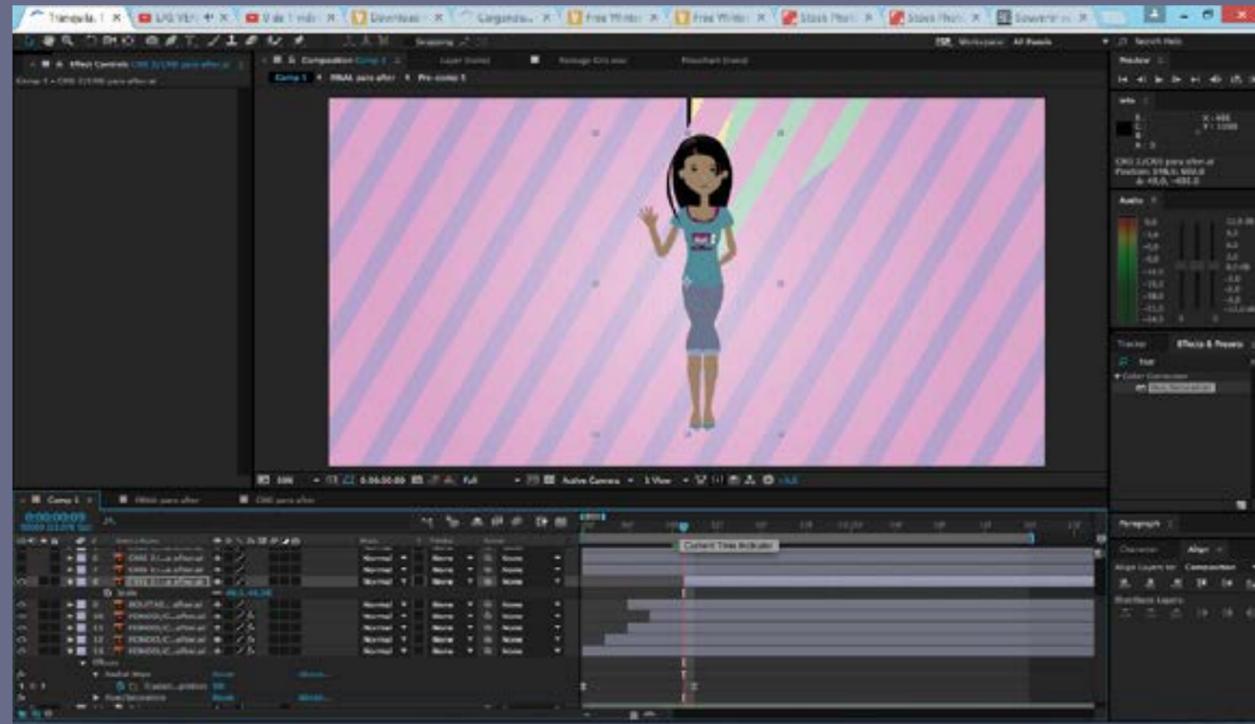
Ae



ANIMACIÓN



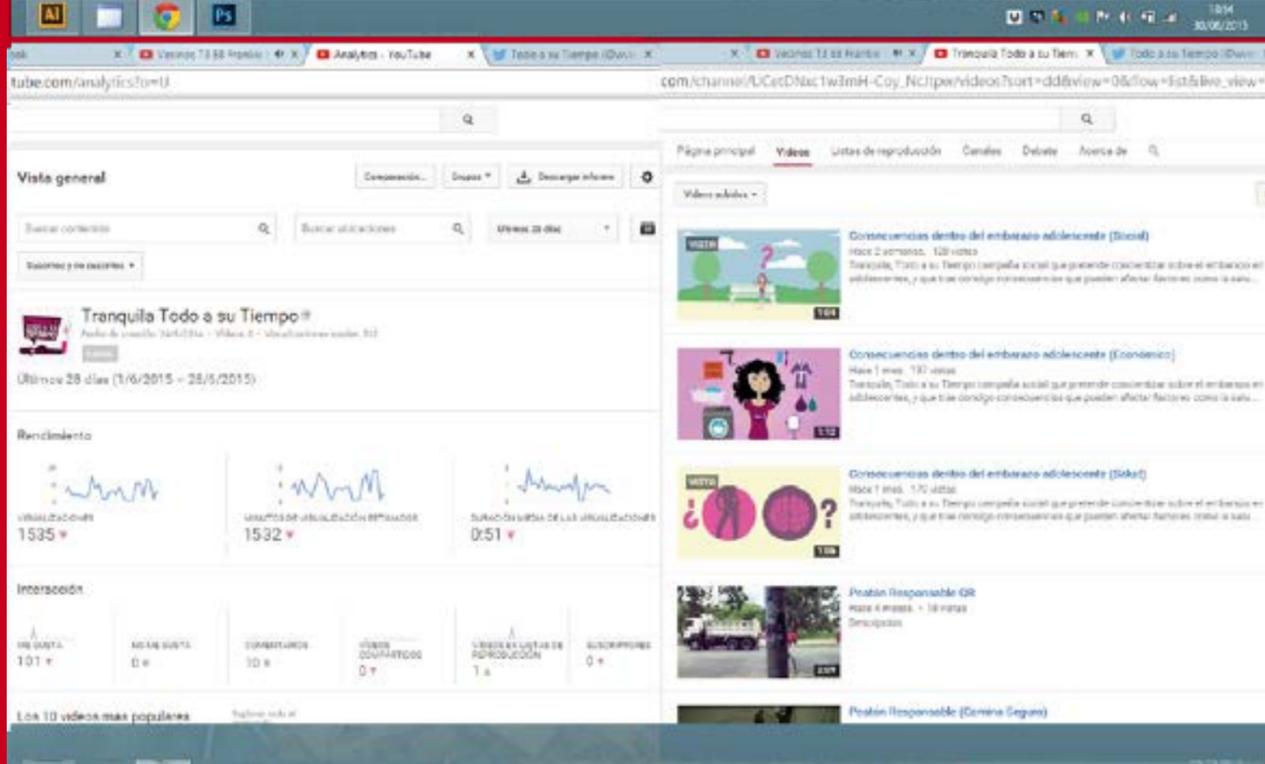
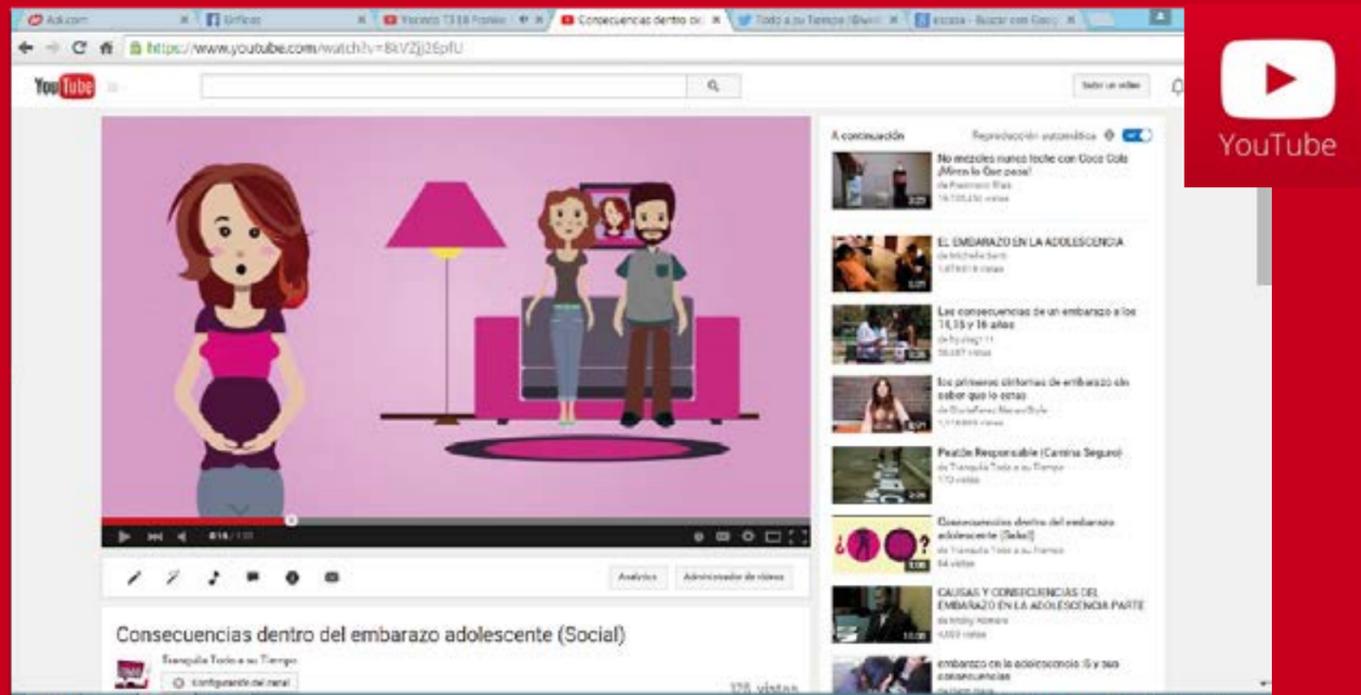






RESULTADOS



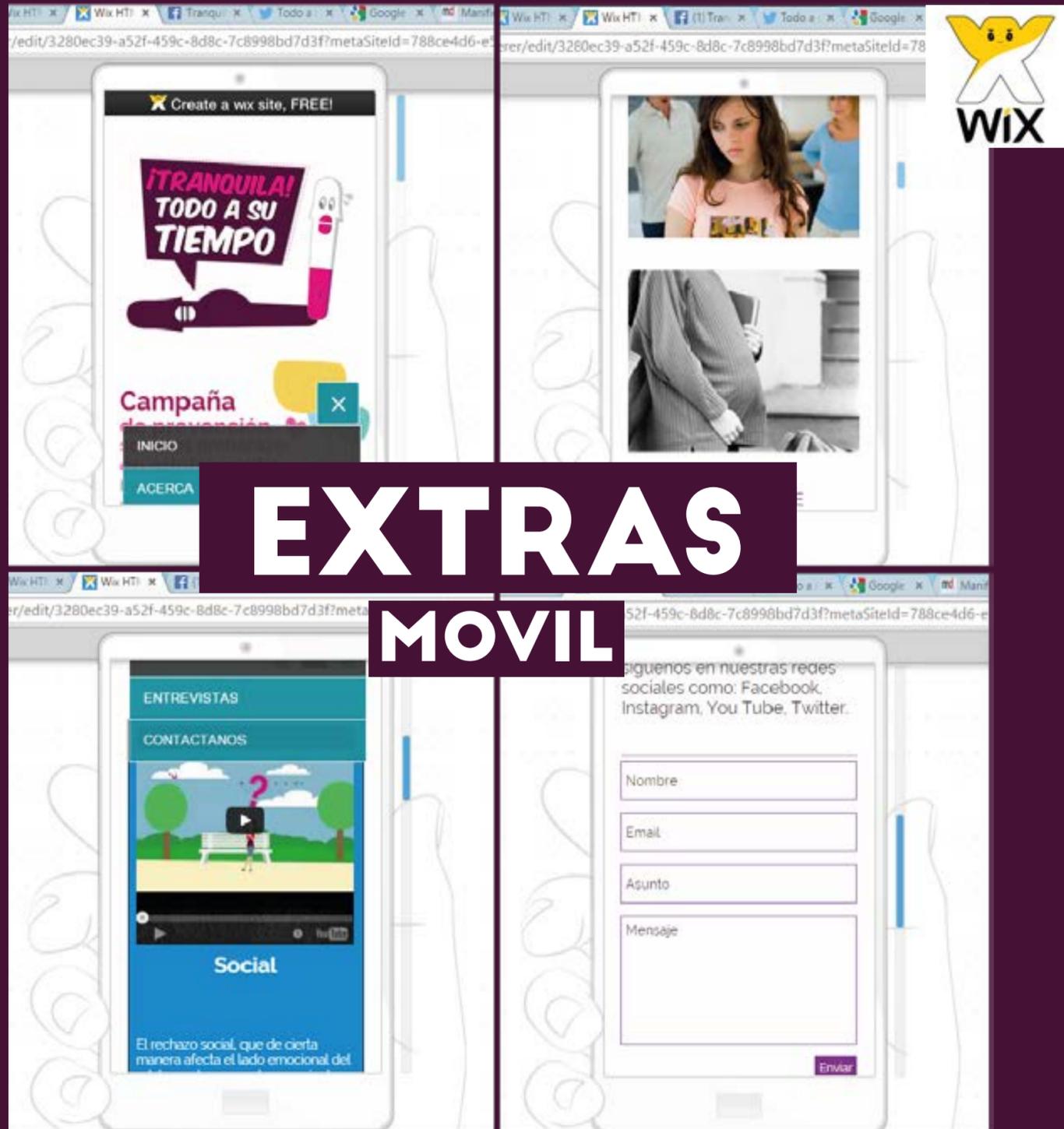




EXTRAS VALIDACIÓN



EXTRAS WEB



EXTRAS MOVIL



EXTRAS INSTALACIÓN



ESPEJO MÁGICO

Para muchos adolescentes el baño es un santuario para escapar momentáneamente de la vida moderna. Pero puede que pronto el espejo mágico, acabe con esta privacidad que tenemos en esa pequeña habitación.

El espejo mágico es una maravillosa idea tecnológica, en la cual se puede dar a conocer información, datos e inclusive hasta el clima. Dentro de la publicidad, puede funcionar muy bien ya sea para campañas sociales o como también para

poder incentivar a comprar algún producto. Gracias al sensor que tiene incorporado es capaz de rastrear tus movimientos.

Quizá le guste a algunos, pero sin dudas otras personas se podrán sentir invadidas en un espacio privado. ¿Qué harías tú? ¿Instalarías el espejo mágico (Magic Mirror)?

CON CLU SIO NES

El objetivo de esta campaña fue concientizar sobre el embarazo en adolescentes mediante nuevas alternativas como es el caso de la animación. Se escogió esta alternativa de la animación y dentro de ella el tipo motion graphics, como se puede observar son animaciones que brindan mayor dinamismo. Para no causar aburrimiento en el espectador. Antes de nada se elaboró un cronograma para poder organizar este proceso. Una de las etapas de mayor tiempo fue la investigación tanto bibliográfica como la de campo. Luego de ello el análisis para poder concretar que camino se llevaría a cabo con mayor eficiencia.

La creación del guion se realizó en base a la investigación bibliográfica como la de campo, este proceso fue vital ya que de aquí partió la idea y el concepto que se llevó a cabo paso a paso. Como consiguiente de esto se elaboró el storyboard y los bocetos del proceso en base al guion.

En este punto antes de nada se realizó la grabación de la voz off (narrativa) del guión, para iniciar desde este punto la digitalización del storyboard, con los tiempos exactos en cada escena. Luego de una investigación se logró una correcta utilización de los elementos gráficos, la ilustración, la tipografía y la cromática dando muy buenos resultados para la concreción de la digitalización, ya que luego de tener definido todo, finalmente se pasó a la animación considerando el software que me permitiera realizar este tipo de animaciones, en este caso el after effects dió los resultados esperados.

Si has llegado a esta etapa tu vida y aún te sigue gustando las series animadas, publicidad animada, campañas y todo lo que involucre la animación, pues incentivo a los futuros diseñadores y a los postulados al proyecto de graduación, a utilizar la animación como forma de comunicación. Tomando en consideración que es un proceso que lleva su tiempo pero es de mucha gratificación tanto el camino como la concreción de este.

Para poder tener una animación que brinde buenos resultados hay que considerar y tomar en cuenta la investigación y el público objetivo a quien va dirigido. Otro punto a tomar en consideración es el audio, es importante mantener un audio de preferencia en un estudio de grabación, mas aún si no se cuenta con mucha experiencia en el manejo de audio, ya que decimos que el audio es el 50% de la animación.

Si es necesario voz en off, o la persona que va a narrar la animación, recomiendo como experiencia contratar a personas profesionales, ya que se podrá lograr un mejor resultado debido a que estas personas tienen mayor experiencia dentro de un estudio de grabación.

“Es recomendado primeramente grabar el audio en base al guión antes de empezar animación, debido a que es mucho mas fácil poder manipular los fotogramas de la animación que regular la velocidad del audio” (Oscar Vintimilla Profesor de guionización y after effects de la Universidad del Azuay).

RECO MENDA CIONES

BIBLIO GRA FÍA

- Corn, S., Ackerman, S. E., & Morel, M. P. (2011). Introducción a la comunicación. Argentina: Ediciones del Aula Taller. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Keen, K. (2008, May 06). El embarazo entre las adolescentes, un problema en crecimiento en la comunidad latina de minnesota. La Prensa De Minnesota Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/429755253?accountid=36552>
- Cabrera, C. (2011) Animación Multimedia. Cuenca (Ecuador). Escuela de Diseño de la Facultad de Artes.
- EFE News Service. (2012) El embarazo en adolescentes, un drama que va en aumento en américa latina. Madrid (España). EFE News Service Retrieved from
- Montesdeoca, Ruth. 2010 Prevalencia del embarazo en la adolescencia en el año 2009 en la Fundación Pablo Jaramillo Crespo y factores asociados al embarazo adolescente. Cuenca (Ecuador). Universidad de Cuenca.
- Geertz, Clifford. (1992). La interpretación de las culturas. Buenos Aires, Gedisa.
- Von, S. R., & Boito, M. E. (2010). Comunicación y trabajo social. Argentina: Editorial Brujas. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Munari. Bruno. (1985) Diseño y comunicación visual. Barcelona España Octava Edición, Editorial GG.
- Borroto Cruz, Eugenio Radamés, and Vicedo Tomey, (2014) Agustín. La comunicación en el proceso enseñanza-aprendizaje (curso 27). Cuba: Editorial Universitaria. ProQuest ebrary. Web. 13 January 2015.
- Frascara, Jorge. 2012. El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. Argentina.
- González Martín, J.A. (1996): Teoría General de la Publicidad. Fondo de Cultura Económica, Madrid.
- Alvarado, María (2010). La publicidad social: una modalidad emergente de comunicación. Universidad complutense de Madrid. Facultad de ciencias de la información departamento de comunicación audiovisual y publicidad i. Madrid.
- Cabero, A. J. (2006). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. España: Red Comunicar. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.
- Rodríguez, C. Á. (2009). El lavado de cerebro: psicología de la persuasión coercitiva. España: Marcombo. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Dondis, D. (1976). "La sintaxis de la imagen". Ediciones GG Diseño 4ta edición. Barcelona. España.
- Baldwin, J. Roberts, L. 2006. Comunicación Visual. Parramon Ediciones. Barcelona. España.
- Leone, G. 2011. Leyes de la Gestalt. Gestalt blog spot. Argentina. <http://www.guillermoleone.com.ar/LEYES%20DE%20LA%20GESTALT.pdf>
- Rios, A. 2009. Elementos de la Comunicación Visual. C/Recogidas N°45 -6° A 18005 Granada. Cordoba España. http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_22/ANGELA_RIOS_TOLEDA-NO02.pdf
- Wong, W. 1991. Fundamentos del Diseño Bi-Tridimensional. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona España. https://eacvvcae.files.wordpress.com/2014/02/l-fundamentos-del-disec3b1o_wicius-wong.pdf
- Kane, J. 2012. Manuel de Tipografía. Editorial Gili. Barcelona. España. <http://es.slideshare.net/emersonbalderas/manual-de-tipografia-kane-43197279>
- Drate, S. Robbins, David, Jalavetz, Judith. 2006 Laurence Rey Publishing Ltd. Londres. Inglaterra.
- Zeegen, L. Principios de ilustración (2a. ed.). España: Editorial Gustavo Gili, 2013. ProQuest ebrary. Web. 8 June 2015.

