UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

“DISEÑO DE UN PRODUCTO MULTIMEDIA SOBRE EL ALCOHOLISMO EN LOS JÓVENES CUENCANOS”

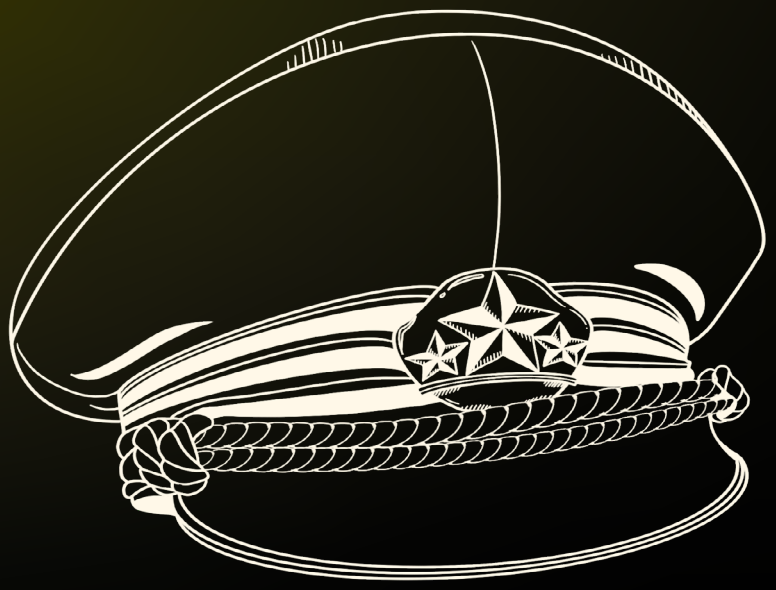
Escuela de Diseño Gráfico

Proyecto de Graduación
previo a obtención del titulo:

Licenciada en Diseño Gráfico

Autora: Samantha Nicole Cedillo Oleas
Director: Diego Felipe Larriva Calle

Cuenca - Ecuador (2025)



ÍNDICE

1. Dedicatoria **10**

2. Agradecimiento **11**

3. Abstract **12**

4. Resumen **13**

5. Introducción **14**

6. Capítulo 1 ..... **18**

6. 1. Antecedentes y Problemática: 18
6. 2. Pregunta de investigación: 19
6. 3. Estado del arte 19
6. 4. Ideas 22
6. 5. Hipótesis 23
6. 6. Objetivo General 23
6. 7. Objetivos Específicos 23
6. 8. Marco Teórico 24
6. 9. Conclusiones del capítulo 27

7. Capítulo 2 ..... **30**

7. 1. Análisis de campo 30
7. 1. 1. Preguntas para las entrevistas 30
7. 1. 1. 1. Preguntas para el psiquiatra: 30
7. 1. 1. 2. Preguntas para el chico o chica que ha pasado por alcoholismo: 30
7. 1. 2. Respuesta del Dr. Juan Medina: 31
7. 1. 3. Respuesta de Denis Jara: 32
7. 1. 4. Respuesta de Andrés Muncay: 33

7. 2. Homólogos 34
7. 2. 1. Pinocho - Disney (57:01 - 1:02:36) y (1:04:05 - 1:06:20) 34
7. 2. 2. Bad Apple!! - PV 36
7. 2. 3. Vinchenzo - Introducción 37

7. 3. Análisis de usuario 38
7. 3. 1. Demografía 38
7. 3. 2. Psicografía 38
7. 3. 3. Conducta 39
7. 3. 4. Geográfico 40

7. 4. Persona Design 42
7. 4. 1. Datos generales: 42
7. 4. 2. Rutina Diaria y Actividades: 43
7. 4. 3. Desafíos y Frustraciones: 44
7. 4. 4. Metas Personales y Motivaciones: 44
7. 4. 5. Cita representativa: 44
7. 4. 6. Persona Design Diagramado: 45

7. 5. Mapa de Empatía 46
7. 5. 1. ¿Qué piensa y siente? 46
7. 5. 2. ¿Qué ve? 47
7. 5. 3. ¿Qué escucha? 48
7. 5. 4. ¿Qué dice y hace? 49
7. 5. 5. Dolores 50
7. 5. 6. Ganancias 51
7. 5. 7. Mapa Diagramado 52

7. 6. Brief 54
7. 6. 1. Antecedentes 54
7. 6. 2. Descripción del proyecto o producto a comunicar 55
7. 6. 3. Target 55
7. 6. 4. Objetivos de comunicación 56
7. 6. 5. Estilo gráfico 56
7. 6. 6. Narrativa 56
7. 6. 7. Plataformas 56
7. 6. 8. Insight 56
7. 6. 9. Ventaja Competitiva / Promesa 56
7. 6. 10. Reason Why 56
7. 6. 11. Tono y Manera 57
7. 6. 12. Posicionamiento 57
7. 6. 13. Concepto total 57
7. 6. 14. Medios 57
7. 6. 15. Soportes a desarrollar 57

7. 7. Definición de contenido 58
7. 7. 1. Definición de Mensaje Central 60
7. 7. 2. Elementos Narrativos Esenciales 60
7. 7. 3. Tono y Estilo Visual 60
7. 7. 4. Escenarios Clave 61
7. 7. 5. Transiciones y Ritmo 61
7. 7. 6. Emociones a Transmitir 62
7. 7. 7. Detalles Clave del Storytelling 62
7. 7. 8. Mensaje Final 62
7. 7. 9. Referencias y Recursos Visuales 63
7. 7. 10. Elementos Éticos y Respeto por el Tema 63

7. 8. Proceso de diseño 64

7. 9. Conclusiones del capítulo 66

8. Capítulo 3 70
8.1. Introducción 70

8.2. Recolección de data: 70
8.2.1. Aplicación del Método SCAMPER 70

8.3. Procesamiento de data: 73
8.3.1. Análisis de Tendencias y Propuestas 73

8.4. Análisis de data: 74
8.4. 1. Decisión final: 76

8. 5. Resultados y discusión: 77
8. 5. 1. Desarrollo de Storyboard 77

8.6. Conclusiones 78

9. Capítulo 4 82
9.1. Guión 82
9.1.1. Escena 1: La Despedida 82
9.1.2. Escena 2: El Vínculo 82
9.1.3. Escena 3: Destino 82
9.1.4. Escena 4: La Tragedia 82
9.1.5. Escena 5: Rechazo 83
9.1.6. Escena 6: Su Final 83
9.1.7. Escena 7: Su Despedida 83
9.1.8. Mensaje final: 83

9.2. Storyboard 84

9.3. Diseño de personajes 86
9.3.1 Universo 1 (Soldado): 86
9.3.2. Universo 2 (Joven): 87

9.4. El estilo Manga 88

9.5. Sistema gráfico 89
9.5.1. Diseño de personajes 89
9.5.2. Planos y encuadres 89
9.5.3. Retículas y composición 89
9.5.4. Tipografía 89
9.5.5. Estilo visual y paleta cromática 89

9.6. Prototipo final 90

9.7. Conclusiones 92

10. Conclusión General 96

11. Referencias bibliográficas 100

ÍNDICE
(TABLAS)

Tabla 1: Persona Design - autoría propia 45
Tabla 2: Mapa de empatía - autoría propia 52
Tabla 3: Definición de contenidos - autoría propia 58
Tabla 4: Proceso de diseño - autoría propia 64
Tabla 5: Diagrama de GANNT - autoría propia 65
Tabla 6: Procesamiento de Data - autoría propia 73
Tabla 7: Análisis de Data (Formato) - autoría propia 74
Tabla 8: Análisis de Data (Ritmo) - autoría propia 74
Tabla 9: Análisis de Data (Audio) - autoría propia 75
Tabla 10: Análisis de Data (Look and Feel) - autoría propia 75
Tabla 11: Análisis de Data (Soporte) - autoría propia 76
Tabla 12: Decisión Final - autoría propia 76

ÍNDICE
(IMÁGENES)

Imagen 1: Drunk Man - https://wallpapercave.com/alcohol-4k-wallpapers 19
Imágen 2: Alcoholic - https://wallpapercave.com/alcohol-4k-wallpapers 20
Imágen 3: Food, Whisky, Alcohol, Drink, Glass - https://www.peakpx.com/en/hd-wallpaper-desktop-peyps 21
Imágen 4: "Tocka" - Molchat Doma - https://youtu.be/1Gw3ZbXcF00 57
Imágen 5: Diseño de personaje - autoría propia 59
Imágen 6: "Desmontando un elefante" o cómo luchar contra el alcoholismo - https://www.fotogramas.es/peliculas-criticas/a63389131/desmontando-un-elefante-critica-pelicula/ 72
Imágen 7: Storyboard - autoría propia 77
Imágen 8: Storyboard 2 - autoría propia 84
Imágen 9: Storyboard 3 - autoría propia 85
Imágen 10: Diseño de personaje (soldado) - autoría propia 86
Imágen 11: Diseño de personaje (joven) - autoría propia 87
Imágen 12: Izuku promises All Might that they will defy fate together - https://myheroacademia.fandom.com/wiki/Chapter_131?file=Izuku_Midoriya_promises_to_defy_fate_with_All_Might.png 88
Imágen 13: My Hero Academia Manga Png Bakugou - https://www.pngaaa.com/detail/3561728 89
Imágen 14: Prototipo final - autoría propia 90
Imágen 15: Prototipo final QR - autoría propia 91

1. DEDICATORIA

Dedicado a: **Mirian Anita Oleas Armijos**

Para ti, mamita quierida.
Mi personita especial y mi ángel guardián...

2. AGRADECIMIENTO

A mi querida familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi mayor impulso en cada paso que doy.

A mis queridos amigos, por estar siempre presentes, animándome y creyendo en mí, incluso en los momentos más difíciles.

A mis profesores, por su guía, enseñanzas y por acompañarme durante este proceso académico.

A todos ustedes, gracias por ayudarme a alcanzar uno de mis más grandes sueños.

3. ABSTRACT

This research addresses the increasing alcohol consumption among adolescents in Cuenca, a problem influenced by social, emotional, and cultural factors that negatively impact their health and development. To tackle this issue, an awareness strategy grounded in graphic design was developed, incorporating animation techniques, visual storytelling, interviews, and user analysis—adapted to the digital media most consumed by young people. As a solution, an animated multimedia product was created, aimed at provoking emotional reflection on the consequences of youth alcoholism. The project seeks to generate impact through dynamic visual resources and an empathetic narrative that resonates with the everyday experiences of its target audience.

Keywords: awareness, animation, storytelling, audiovisual, emotional design, prevention, alcohol, cuenca.

4. RESUMEN

La presente investigación abordó el creciente consumo de alcohol entre adolescentes de Cuenca, una problemática influenciada por factores sociales, emocionales y culturales que afectan su salud y desarrollo. Para ello, se diseñó una estrategia de concientización basada en el diseño gráfico, utilizando técnicas de animación, narrativa visual, entrevistas y análisis de usuarios, adaptadas a los medios digitales que consumen los jóvenes. Como solución, se desarrolló un producto multimedia animado, dirigido a provocar una reflexión emocional sobre las consecuencias del alcoholismo juvenil, generando impacto mediante recursos visuales dinámicos y una historia empática cercana a su realidad cotidiana.

Palabras clave: concientización, animación, narrativa, audiovisual, diseño emocional, prevención, alcohol, cuenca.

5. INTRODUCCIÓN

El alcoholismo juvenil es una de las problemáticas sociales y de salud más preocupantes en Cuenca, Ecuador. Lejos de ser un fenómeno aislado, el consumo excesivo de alcohol entre adolescentes ha alcanzado cifras alarmantes que superan los promedios nacionales, afectando profundamente su bienestar físico, emocional y social. Esta realidad se ve alimentada por factores como la presión grupal, la normalización del alcohol en los entornos culturales, la curiosidad natural de la etapa adolescente y la falta de estrategias de comunicación efectivas que conecten verdaderamente con los jóvenes.

En este contexto, el diseño gráfico y los productos multimedia emergen como herramientas poderosas para generar conciencia e incidir en la toma de decisiones. A través de narrativas visuales impactantes y emocionalmente significativas, es posible construir mensajes que no solo informen, sino que provoquen una reflexión genuina sobre las consecuencias del consumo de alcohol en edades tempranas. Esta investigación parte de la convicción de que el diseño, cuando se alinea con los intereses y hábitos de los jóvenes, puede transformar la forma en que estos perciben los riesgos asociados al alcoholismo.

El presente proyecto propone la creación de una animación multimedia, sustentada en un enfoque narrativo y emocional, que represente las experiencias reales de jóvenes cuencanos frente al consumo de alcohol. Este trabajo no solo se nutre de estadísticas y teoría, sino también de voces humanas: testimonios, entrevistas con especialistas, y el análisis de contenido afín, que aportan una mirada más completa y sensible del problema. Así, el diseño deja de ser una herramienta estética y se convierte en un medio de cambio, capaz de generar empatía, identificación y conciencia.

CAPÍTULO 1

Contextualización

6. CAPÍTLO 1

6. 1. Antecedentes y Problemática:

El consumo de alcohol entre adolescentes en Cuenca presenta una tendencia alarmante, con cifras que superan el promedio nacional. A nivel nacional, el 7.6% de los niños y adolescentes ecuatorianos consume alcohol, mientras que en el grupo de 19 a 24 años, este porcentaje asciende al 20.56%. En Cuenca, el consumo se eleva al 24.5%, y en algunos colegios, estudios indican una prevalencia de hasta el 42.2%, según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Las causas de este consumo incluyen la presión social, la influencia mediática, la disponibilidad de alcohol, normas culturales, curiosidad y problemas emocionales (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020).

El consumo de alcohol en adolescentes conlleva serias consecuencias tanto a corto como a largo plazo. A corto plazo, puede ocasionar problemas físicos como vómitos, alteraciones en el juicio, bajo rendimiento académico y dificultades emocionales. A largo plazo, se relaciona con daño cerebral, problemas de salud mental, riesgo de adicción y enfermedades crónicas. El consumo de alcohol es especialmente peligroso en esta etapa, ya que el cerebro aún se encuentra en desarrollo, y los adolescentes son más susceptibles a los efectos del alcohol, lo que incrementa el riesgo de sufrir consecuencias duraderas (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020).

Las motivaciones detrás del consumo de alcohol entre adolescentes son diversas y complejas. La presión de grupo desempeña un papel crucial, ya que los jóvenes buscan la aceptación social, lo que los hace propensos a adoptar comportamientos como el consumo de alcohol. Además, la influencia de los medios de comunicación, que frecuentemente normalizan o glorifican el consumo de bebidas alcohólicas, junto con la fácil disponibilidad de alcohol, exacerbada por la escasez de regulaciones estrictas en algunos casos, también contribuye a esta situación. Las normas culturales que subestiman los riesgos asociados con el consumo y la curiosidad inherente a esta etapa de desarrollo son factores que agravan el problema. Asimismo, los problemas emocionales, como la ansiedad y la depresión, juegan un papel importante, ya que muchos adolescentes recurren al alcohol como una forma de afrontar sus dificultades (Carballo et al., 2013).

Las consecuencias del consumo de alcohol son devastadoras tanto a corto como a largo plazo. A corto plazo, se manifiestan efectos inmediatos como vómitos, alteraciones en el juicio, disminución del rendimiento académico y dificultades emocionales. En el largo plazo, el panorama se vuelve aún más alarmante: el consumo en edades tempranas se vincula con daño cerebral permanente, la aparición de problemas de salud mental, riesgo de dependencia al alcohol y enfermedades crónicas. Esto se debe a que el cerebro de los adolescentes, que aún está en desarrollo, es especialmente susceptible a los efectos del alcohol, lo que intensifica los riesgos y las consecuencias negativas (Carballo et al., 2013).

6. 2. Pregunta de investigación:

"¿Cómo el diseño gráfico puede ayudar a concientizar sobre los efectos y consecuencias del consumo excesivo de alcohol en los jóvenes de Cuenca - Ecuador?"

6. 3. Estado del arte

El consumo excesivo de alcohol entre los jóvenes es un problema en incremento en diversas ciudades, incluyendo Cuenca, y también afecta al consumo de drogas y tabaco. **Estrella Toral Rafael Fernando y Cabrera Ramos Fernando Sebastián (2014)** llevaron a cabo una campaña publicitaria centrada en la prevención del consumo de drogas en instituciones educativas, empleando estrategias de diseño gráfico y publicidad BTL.

Su investigación reveló que las iniciativas previas del CONSEP no lograron impactar a los jóvenes, lo que les llevó a proponer el uso de morphing y otros recursos visuales cautivadores para generar conciencia sobre los efectos del consumo de drogas. La incorporación de estos recursos en mi proyecto se convierte en una herramienta fundamental para transmitir mensajes de manera efectiva y lograr un impacto significativo en la percepción de los jóvenes.

En el ámbito de la tecnología y la gamificación, **Brandon Henry Delgado Montalván (2024)** abordó la problemática del alcoholismo juvenil a través del diseño de una interfaz de aplicación móvil lúdica. Su propuesta busca sensibilizar a jóvenes entre 15 y 17 años sobre las consecuencias del consumo excesivo de alcohol mediante mecánicas interactivas, minijuegos y narrativas persuasivas.

Este enfoque innovador subraya la necesidad de adaptar los mensajes preventivos a las preferencias y hábitos mediáticos de los adolescentes, utilizando herramientas tecnológicas funcionales que conecten con su público y fomenten la reflexión sobre el impacto potencial del alcoholismo en sus vidas.

Imagen 1

Desde una perspectiva epidemiológica y de estadísticas, **Walter Adrián Suárez Álvarez (2023)** llevó a cabo un estudio sobre el consumo de alcohol en estudiantes de bachillerato en Azogues, un cantón cercano a Cuenca. Utilizando el test AUDIT y una muestra de 267 estudiantes, se determinó que el consumo de alcohol es más prevalente entre los varones (62.2%) y en los estudiantes de primer año de bachillerato (43.4%).

Este estudio destaca la preocupación por el impacto negativo del alcohol en la salud física y mental de los adolescentes, así como en sus rendimientos académicos y su vida social. Esta investigación será una fuente valiosa de datos para comprender la magnitud del problema y la necesidad de diseñar estrategias de intervención adaptadas a las realidades de este grupo etario.

Por otro lado, **Margarita Mena Silvia Muñoz (2010)** analizó la influencia de la presión social en el consumo de alcohol entre los adolescentes. Su estudio subraya el rol que juegan la familia, las parejas, los amigos, el sistema educativo y los medios de comunicación en la iniciación del consumo de alcohol.

Identificó que los adolescentes son especialmente susceptibles a la presión grupal, lo que puede llevarlos a adoptar comportamientos de riesgo. Su análisis concluye que el consumo de alcohol en esta etapa se ve afectado por diversos factores sociales, sugiriendo que las estrategias preventivas deben considerar estos elementos para ser efectivas.

Finalmente, Gary Layonel Alcalá Espinoza (2018) y la Fundación Alcohol y Sociedad de España (2018) presentan iniciativas en el ámbito del diseño gráfico y la educación sanitaria, mediante campañas destinadas a prevenir el consumo de sustancias nocivas.

Imágen 2

Alcalá Espinoza diseñó una serie de carteles antitabaco dirigidos a adolescentes en La Paz, con la finalidad de informar sobre los efectos del tabaquismo a través de materiales visuales impactantes. Por su parte, la campaña **“Si eres menor, saca un cero en alcohol” de la Fundación Alcohol y Sociedad** busca disminuir el consumo de alcohol entre menores en España, utilizando farmacias comunitarias como puntos de intervención.

Ambas iniciativas resaltan el poder del diseño y la comunicación visual en la sensibilización de las problemáticas juveniles y la promoción de estilos de vida saludables.

En conclusión, las investigaciones revisadas evidencian que el consumo de alcohol y otras sustancias entre los jóvenes es un problema complejo, influenciado por factores sociales, psicológicos y educativos.

El diseño gráfico y la comunicación visual desempeñan un papel esencial en la prevención, ya sea a través de campañas publicitarias, aplicaciones interactivas o material impreso.

Estrategias que se centran en el impacto visual, la gamificación y la concientización pueden ser herramientas efectivas para cambiar percepciones y fomentar las decisiones responsables que debe haber entre los adolescentes.

Imágen 3

6. 4. Ideas

- Creación de un cómic que presente un storyboard que narre la vida de un joven que consume alcohol, ilustrando las consecuencias de esta conducta hasta sus últimos días.

- Desarrollo de una animación que contraste las experiencias de un chico que consume alcohol con las de otro que lo hace de manera responsable, acompañada de una canción de 4 a 5 minutos.

- Producción de una breve animación que explore las razones por las cuales un joven comienza a beber, utilizando un storyboard inicial que incluya diversas alternativas.

- Diseño de carteles ilustrativos que representen la decadencia de un joven de forma retórica, empleando un estilo artístico atractivo para el público objetivo.

- Elaboración de un mini cómic que muestre la conexión entre el inicio del consumo de alcohol y otros factores, como el uso de cigarrillos y drogas, evidenciando la degradación de su salud a lo largo del tiempo.

6. 5. Hipótesis

El desarrollo de un video animado, que narra las razones por las cuales los jóvenes de Cuenca consumen alcohol, permitirá crear una mayor concientización sobre los efectos negativos del consumo excesivo. Esto se logrará al utilizar imágenes visualmente impactantes y mensajes claros que conecten emocionalmente con la audiencia joven, motivándolos a reflexionar sobre sus hábitos.

6. 6. Objetivo General

Concientizar a los jóvenes de Cuenca, Ecuador, sobre los efectos y consecuencias del consumo excesivo de alcohol mediante un producto multimedia interactivo, para promover la reflexión y reducir los comportamientos de riesgo relacionados con el consumo.

6. 7. Objetivos Específicos

- **Analizar** la problemática y los posibles abordajes teóricos del proyecto.
- **Definir** los elementos y condicionantes centrales con las que el proyecto trabajará.
- **Diseñar** una producción audiovisual basada en un storyboard y un storytelling.

6. 8. Marco Teórico

El presente proyecto se basa en diversas teorías y conceptos vinculados a la producción audiovisual, la animación y el impacto del consumo de alcohol en los jóvenes, abordando especialmente el problema del consumo excesivo o alcoholismo. Estas áreas son fundamentales para desarrollar estrategias efectivas que permitan entender las consecuencias asociadas a este fenómeno.

Aunque el consumo moderado de alcohol es socialmente aceptado en muchas culturas, este compuesto tiene un efecto notable en el sistema nervioso central. Como depresor, el alcohol disminuye la actividad cerebral y afecta funciones esenciales como la coordinación motora, la toma de decisiones y el autocontrol (Ahumada, Gámez, Valdez, 2017). Un aumento en la concentración de alcohol en sangre intensifica estos efectos, elevando el riesgo de accidentes y comportamientos peligrosos. Entender estas consecuencias es crucial para abordar el consumo excesivo de alcohol, especialmente entre los jóvenes, quienes son más susceptibles a este comportamiento (Carballo et al., 2013).

El alcoholismo y el consumo excesivo se definen como la ingesta de cantidades que superan las recomendaciones de salud. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022), el consumo moderado se limita a una o dos bebidas estándar por ocasión. Superar esta cantidad de manera habitual o en una sola sesión se considera dañino, con efectos adversos para la salud física y mental, como enfermedades hepáticas, problemas cardiovasculares y trastornos psicológicos como ansiedad y depresión (Meneses et al., 2019).

La preocupación es mayor en el contexto juvenil, donde este comportamiento puede estar ligado a un incremento de conductas de riesgo y puede interferir con su desarrollo cognitivo y emocional, afectando su bienestar a largo plazo (Cadena SER, 2025).

La **producción audiovisual** es una disciplina clave que fusiona imágenes en movimiento, sonidos y efectos visuales para comunicar mensajes a una audiencia específica. Este proceso, que abarca desde la creación de la idea hasta la postproducción, incluyendo etapas como grabación y edición, resulta fundamental hoy en día debido a la alta demanda de contenido en medios digitales y redes sociales (Marca Lima, 2021). Plataformas como YouTube, Instagram y TikTok han facilitado la creación de contenido, permitiendo la difusión instantánea de mensajes a públicos amplios (Aguaded, Carrero, 2013).

Dentro de este contexto, la producción audiovisual juega un papel esencial en campañas de concienciación y en la transmisión de mensajes significativos. Permite definir objetivos de aprendizaje claros, contenidos específicos y elementos visuales que mejoran la comprensión del mensaje. Además, las aplicaciones interactivas pueden ayudar en la retención de información, y la presentación visual de conceptos complejos es más eficaz a través de formatos audiovisuales que en texto (Mayer, 2021).

La **animación** complementa esta estrategia al permitir la creación de contenido atractivo que capta la atención del espectador. Consiste en generar la ilusión de movimiento mediante una secuencia de imágenes fijas o "fotogramas", proceso que puede realizarse manualmente o mediante software digital avanzado (Garza, 2014). Su capacidad para ilustrar ideas complejas de manera clara y visual hace que la animación sea una herramienta efectiva en contextos educativos y de concienciación (Manovich, 2001). En este proyecto, se empleará la animación para representar visualmente los efectos del consumo excesivo de alcohol, logrando un mayor impacto emocional y entendimiento por parte de los jóvenes en comparación con un mensaje meramente textual (Lamarre, 2009).

De acuerdo con "The Illusion of Life: Disney Animation" de Frank Thomas y Ollie Johnston (1981), una animación efectiva integra elementos clave como un uso expresivo del color, un ritmo apropiado y claridad en la acción para mantener al espectador interesado. El color no solo embellece, sino que también comunica emociones y guía la atención hacia aspectos importantes de la escena.

Además, en una animación bien realizada, se equilibra el realismo y la exageración mediante el principio de squash and stretch, lo que aporta fluidez y energía. Por último, la inclusión de personajes con características bien definidas y movimientos naturales genera un vínculo emocional con la audiencia, ofreciendo una experiencia cautivadora (págs. 47-63).

Thomas y Johnston (1981) subrayan que el color es más que un elemento estético; se convierte en una potente herramienta narrativa en la animación. Cada color posee un significado emocional que puede influir directamente en la percepción del espectador.

Por ejemplo, los tonos cálidos como el rojo o el amarillo pueden evocar energía, peligro o alegría, mientras que los fríos como el azul o el verde tienden a transmitir tranquilidad, tristeza o misterio.

Elegir correctamente los colores en una escena establece el tono, dirige la atención a elementos centrales y refuerza la narrativa, convirtiendo el color en un lenguaje visual esencial para una efectiva narración (págs. 473-506).

6. 9. Conclusiones del capítulo

En conclusión, el consumo de alcohol entre los adolescentes de Cuenca representa una problemática preocupante, con cifras que superan el promedio nacional, influenciadas por diversos factores sociales, culturales y emocionales.

Las investigaciones analizadas subrayan el efecto negativo del alcohol en la salud tanto física como mental de los jóvenes, al mismo tiempo que resaltan la importancia del diseño gráfico y la producción audiovisual en las estrategias de concientización y prevención.

Mediante el uso de técnicas visuales impactantes, como animaciones y campañas interactivas, es posible sensibilizar a los adolescentes y propiciar reflexiones sobre las repercusiones del consumo excesivo. La fusión de recursos narrativos y tecnológicos permitirá desarrollar un enfoque innovador para abordar esta problemática en la juventud de Cuenca.

CAPÍTULO 2

Programación

7. Capítulo 2

7. 1. Análisis de campo

7. 1. 1. Preguntas para las entrevistas

7. 1. 1. 1. Preguntas para el psiquiatra:

Entrevista al: Dr. Juan Mediana, médico psiquiatra
Roll: Presidente de reposo y adicciones en CRA

Sobre las consecuencias:
- ¿Cuáles son las principales consecuencias psicológicas y emocionales que enfrentan los jóvenes con problemas de alcoholismo?
- ¿Cómo afecta el alcoholismo en los jóvenes a sus relaciones interpersonales y académicas?

Sobre la prevención y tratamiento:
- ¿Qué estrategias recomienda para prevenir el consumo excesivo de alcohol en jóvenes?
- ¿Cuáles son los principales desafíos en el tratamiento del alcoholismo juvenil?
- ¿Qué tan efectivo es el apoyo institucional (universidad, programas de rehabilitación, etc.) en estos casos?

Perspectiva profesional:
- Desde su experiencia, ¿ha notado un aumento o disminución del alcoholismo juvenil en los últimos años?
- ¿Qué papel juega la psicología en la recuperación de un joven alcohólico?

7. 1. 1. 2. Preguntas para el chico o chica que ha pasado por alcoholismo:

Entrevista a: Denis Jara y Andrés Muncay
Roll: Pacientes en tratamiento por alcoholismo y adicción de sustancias ilícitas

Sobre su experiencia personal:
- ¿Cómo comenzó tu relación con el alcohol?
- ¿Qué situaciones o personas influyeron en tu consumo?
- ¿Cuándo te diste cuenta de que tenías un problema con el alcohol?

Sobre las consecuencias:
- ¿Cómo afectó el alcoholismo a tu vida diaria (familia, amigos, estudios, trabajo)?
- ¿Qué emociones predominaban mientras pasabas por esta etapa?

Sobre la recuperación:
- ¿Qué te motivó a buscar ayuda o cambiar?
- ¿Qué estrategias o recursos te han ayudado en tu recuperación?
- ¿Cómo describirías el apoyo de tus familiares y amigos durante este proceso?

Sobre su visión actual:
- ¿Qué le dirías a un joven que actualmente está lidiando con un problema de alcoholismo?
- ¿Cómo ves tu relación con el alcohol ahora?
- ¿Qué has aprendido de esta experiencia que creas que puede ser útil para otros?

7. 1. 2. Respuesta del Dr. Juan Medina:

Impacto del alcohol en emociones y relaciones:

El consumo de alcohol genera ansiedad, depresión y agresividad, pudiendo incluso llevar al suicidio en situaciones extremas. Además, afecta el rendimiento académico y las relaciones interpersonales, produciendo conductas posesivas y desconfianza en las parejas.

Recomendaciones de tratamiento

El Dr. Medina recomienda evitar lugares vinculados al consumo de alcohol, distanciarse de amistades negativas, y adoptar actividades recreativas y deportivas. También sugiere mejorar la autoestima y abordar problemas emocionales o familiares de manera oportuna. Destaca que la psicoterapia familiar es fundamental, ya que los problemas a menudo tienen raíces familiares.

Dificultades en la recuperación

El alcoholismo es una enfermedad crónica con una tasa de recuperación relativamente baja (40 % en Cuenca). Las recaídas suelen suceder en eventos sociales, durante situaciones de estrés o debido a problemas personales. A pesar de la disponibilidad de medicamentos, lo más crucial es que los pacientes reconozcan su problema y busquen ayuda.

Consumo en jóvenes

Es habitual que los adolescentes inicien el consumo de alcohol debido a la moda, la presión social o el deseo de encajar. Este fenómeno abarca no solo el alcohol, sino también el tabaco, los cigarrillos electrónicos y las drogas. El consumo permanece alto y se ha normalizado en eventos como fiestas, conciertos y en el entorno universitario.

Roldelapsicologíayestrategiascomplementarias

La psicología desempeña un papel crucial en el fortalecimiento de los mecanismos de defensa, la gestión de recaídas y el fomento de la autoestima. Actividades como el yoga, el ejercicio, las terapias grupales y los vínculos espirituales pueden ser beneficiosos en el proceso de recuperación.

Recomendaciones culturales

Es esencial desafiar y desmantelar los estereotipos que normalizan el consumo de alcohol en la cultura de Cuenca. Se debe promover la habilidad de decir "no" a la presión social y rechazar la noción de que asistir a una fiesta implica necesariamente emborracharse.

Enfoque de campañas

El Dr. Medina sugiere que las campañas deben tener un tono firme y directo, presentando el alcohol como algo perjudicial que no soluciona problemas, y promoviendo el consumo responsable junto con el apoyo psicológico.

7. 1. 3. Respuesta de Denis Jara:

Historia y Motivaciones para el Consumo

Denis Jara comenzó a consumir alcohol a los 18 años, impulsado inicialmente por la necesidad de encajar socialmente, un fenómeno que se remonta a su época escolar. Con el tiempo, su relación con el alcohol se volvió más compleja: a los 22 años, comenzó a utilizarlo como un medio para suprimir emociones de depresión, ansiedad y soledad. Su consumo evolucionó, pasando de bebidas ligeras a opciones más fuertes, e incluyó el uso de drogas como marihuana y cocaína. Durante este período, las amistades negativas ejercieron una influencia considerable, reforzando sus hábitos de consumo.

Reconocimiento del Problema y Búsqueda de Ayuda

El cambio crucial ocurrió cuando Denis reflexionó sobre el efecto que su consumo tenía en su vida personal. La llegada de su hija fue un factor determinante que lo llevó a reconocer la gravedad de su situación. Al no poder manejar más el problema, decidió buscar ayuda profesional e ingresar a un centro de rehabilitación. Este proceso le permitió redescubrir aspectos positivos de su vida y lo motivó a dejar las sustancias, especialmente por sus seres queridos.

Lecciones y Recomendaciones

Denis enfatiza que las personas que consumen alcohol o drogas en exceso a menudo lo hacen para escapar de problemáticas más profundas. Por ello, aconseja dedicar el tiempo a actividades constructivas, como el deporte, hobbies o el trabajo, para evitar recaídas en el consumo.
Aunque reconoce que el anhelo por consumir persiste, ha logrado permanecer sobrio al mantener su mente ocupada. Observa que en Cuenca el consumo de alcohol está normalizado, especialmente entre los jóvenes, quienes lo perciben como algo “genial” o “impresionante,” sin considerar las serias implicaciones para la salud y las relaciones que puede acarrear.

Mensaje para las Nuevas Generaciones

Denis hace un llamado a los jóvenes para que piensen críticamente sobre las repercusiones del consumo de alcohol. Les aconseja no dejarse llevar por tendencias culturales que vinculan el consumo con valores como la masculinidad o la aceptación social, ya que tales creencias pueden llevar a problemas de salud, el deterioro de las relaciones personales, e incluso a comportamientos agresivos y accidentales. Además, subraya la importancia de rodearse de personas que tengan una influencia positiva, evitar amistades que fomenten el consumo, mantenerse ocupados con actividades edificantes y aprovechar el tiempo de calidad con la familia.

7. 1. 4. Respuesta de Andrés Muncay:

Inicios del Consumo

Inició su consumo de cerveza a una edad temprana, influenciado por sus primos por parte de su padre. La situación se agravó tras la muerte de su tío, momento en que empezó a utilizar el alcohol como una forma de escapar del dolor. Durante su adolescencia, hasta los 17-18 años, se vio envuelto en el consumo de drogas y alcohol, impulsado por la presión de amigos y familiares. A menudo se aislaba en su habitación para beber y sentía la carga de ser el hermano mayor.

Factores Familiares y Emocionales

Durante su infancia, sus padres lo dejaban al cuidado de sus hermanos mientras buscaban mejores oportunidades en EE.UU. Su rendimiento escolar era bajo y carecía de motivación debido a las dificultades en su entorno familiar. Sufría de depresión y ansiedad, utilizando el alcohol como una forma de evadir esos sentimientos. Además, vivía con el temor de ser descubierto mientras bebía, lo que le provocaba episodios de pánico. En ocasiones, algunos familiares lo animaban a beber como parte de una tradición.

Proceso de Recuperación

Su ingreso a un centro de rehabilitación no fue voluntario, y no sentía que la experiencia le proporcionara un gran apoyo emocional. No obstante, su perspectiva cambió y llegó a comprender que el alcohol no solucionaría sus problemas. Tras su rehabilitación, su familia, esposa, hija y amigos lo recibieron con aceptación, aunque algunos familiares tanto por parte de su padre como de su madre no ofrecieron apoyo y lo trataron con desprecio o desconfianza.

Reflexiones y Aprendizajes

Considera fundamental ser sincero con los jóvenes sobre los efectos adversos del alcohol. Percibe que este se acepta y promueve de manera engañosa en las redes sociales. Aunque algunos adultos lo juzgan por su historial, ha encontrado aceptación en su círculo cercano actual. Aprendió que el verdadero cambio proviene de la autoexploración y la responsabilidad personal. Subraya la importancia de abordar los problemas de forma directa antes de que se conviertan en cargas incontrolables.

7. 2. Homólogos

7. 2. 1. Pinocho - Disney (57:01 - 1:02:36) y (1:04:05 - 1:06:20)

https://www.disneyplus.com/es-ec/movies/pinocho/3awzEJp1S6xg

Esta sección de la película transmite un mensaje moral erroneo, las elecciones irresponsables y la participación en actividades nocivas acarrean graves consecuencias.

A través de su narrativa, busca educar a niños y adultos acerca de la relevancia de la responsabilidad personal, el autocontrol y las decisiones éticas. Además, actúa como una advertencia simbólica contra los excesos y la desvalorización de principios fundamentales.

El contexto de la historia refleja las preocupaciones y valores de la época en que fue escrita (finales del siglo XIX), donde se enfatiza la importancia de enseñar obediencia, esfuerzo y moralidad a los niños, enfrentándose a las tentaciones de la vida fácil.

Desde una perspectiva actual, esta escena resuena con conceptos contemporáneos, tales como el abuso de sustancias, la influencia negativa en los jóvenes y las repercusiones de la falta de una orientación adecuada. La narrativa se dirige a un público que incluye tanto a niños como a sus cuidadores, fusionando entretenimiento con una lección ética.

En su versión clásica, Disney distribuyó la película a través de cines, televisión, VHS y DVD, adaptándose posteriormente a plataformas de streaming como Disney+, garantizando así que su mensaje alcance a generaciones futuras y se ajuste a las tendencias tecnológicas de cada época.

La paleta de colores empleada en la Isla de los Juegos es intencionadamente contrastante. Al inicio, se emplean colores cálidos y vibrantes (rojos, amarillos y naranjas) para reflejar la emoción, la tentación y la diversión al parecer del lugar.

A medida que se revela el lado oscuro de la isla, dominan tonos fríos y oscuros (negros, grises y azules), subrayando el paso de la euforia al caos y la desesperación. Esta transformación cromática resalta el cambio en el tono narrativo.

La representación visual de la Isla de los Juegos está llena de simbolismo. Al principio, se presentan elementos llamativos como golosinas, juegos y luces brillantes que atraen a los personajes. Durante la evolución, la animación se vuelve más inquietante, evidenciando el crecimiento de orejas y cola de burro en Pinocho y la transformación total de Polilla.

Estas imágenes incrementan la sensación de incomodidad y comunican el mensaje sobre las consecuencias de los excesos. La composición se centra en mostrar el contraste entre la multitud desenfrenada y los detalles oscuros que anticipan el desenlace.

Los planos panorámicos iniciales ofrecen una vista de un entorno bullicioso y vibrante, diseñado para captar la atención del espectador. En contraste, los planos cerrados durante las transformaciones enfatizan las expresiones y los sentimientos de angustia y arrepentimiento de los personajes.

El diseño del layout apoya la narrativa al guiar al espectador de lo general a lo específico, acentuando las emociones. El mensaje principal es que la diversión desmedida y la irresponsabilidad pueden llevar a consecuencias devastadoras.

Esta estrategia combina emociones intensas, metáforas visuales y una narrativa comprensible, impactando tanto a jóvenes como a adultos. La conversión a burros simboliza claramente la pérdida de humanidad e inocencia.

Aunque es implícito, el llamado a la acción invita a los espectadores a reflexionar sobre sus elecciones en la vida. Para los adultos, se sugiere la importancia de guiar a los jóvenes hacia una conducta responsable. Para los niños, el mensaje actúa como un recordatorio de que cada decisión lleva consigo consecuencias y resalta la necesidad de actuar con integridad.

7. 2. 2. Bad Apple!! - PV

https://youtu.be/FtutLA63Cp8

La animación se basa en siluetas en blanco y negro, generando un marcado contraste que capta la atención del espectador. Este enfoque minimalista facilita la concentración en la acción y la narrativa visual, eliminando distracciones. Los movimientos son fluidos y armoniosos, lo que hace que la animación resulte visualmente atractiva. La sincronización de los movimientos con la música potencia la sensación de inmersión. A pesar de la ausencia de diálogos, la historia se narra a través de las imágenes y las transiciones dinámicas, manteniendo el interés del público.

Para crear animaciones de siluetas, se pueden utilizar herramientas como Adobe After Effects o Toon Boom. La producción en 2D permite lograr movimientos suaves y dinámicos con mayor facilidad. Este proceso implica una cuidadosa alineación de la animación con la música, asegurando que cada movimiento coincida con su ritmo y melodía.

Antes de llevar a cabo la animación final, se desarrolla un storyboard que planifica las escenas y la narrativa visual. La simplicidad y el empleo de siluetas hacen que la animación sea accesible y fácil de comprender, lo que atrae a un público más joven. La combinación de música y animación tiene el potencial de evocar emociones significativas, estableciendo una conexión personal con la juventud.

Además, los videos animados son fácilmente compartibles en plataformas sociales, lo que permite llegar al público objetivo. Esto puede fomentar la interacción y el diálogo entre los jóvenes en la sección de comentarios, permitiéndoles compartir experiencias y reflexionar sobre el tema abordado.

7. 2. 3. Vinchenzo - Introducción

https://youtu.be/wOsRyPXAg4Y

El video tiene como propósito principal atraer la atención del espectador y definir el tono de la serie "Vincenzo", presentando al personaje principal y su entorno. Este busca generar intriga y emoción, invitando a la audiencia a sumergirse en la narrativa.

Enmarcado en el contexto del K-drama, un fenómeno cultural de creciente popularidad mundial, está dirigido a jóvenes y adultos, tanto en Corea del Sur como en el extranjero, aprovechando el auge del contenido asiático en plataformas de streaming. Se distribuye principalmente a través de YouTube, además de redes sociales y otras plataformas que emiten la serie, como Netflix.

La paleta de colores es oscura y sofisticada, destacando tonalidades como el rojo, negro, dorado, azul marino, verde oscuro y plateado, que reflejan los temas de crimen y justicia presentes en la serie. La tipografía es moderna y elegante, priorizando la legibilidad, con letras en negrita para resaltar títulos y nombres de personajes. El video emplea imágenes dinámicas y gráficos estilizados que representan la acción y la intensidad de la serie.

Las transiciones en el video son fluidas, lo que contribuye a mantener el interés del espectador. La composición está diseñada para guiar la atención a través de los elementos visuales, centrada en el protagonista y momentos clave de la trama. La disposición es equilibrada, evitando la sobrecarga visual.

El mensaje central gira en torno a la dualidad del personaje principal, Vincenzo, quien actúa tanto como abogado como mafioso. Se utilizan técnicas avanzadas de edición de video para crear efectos visuales y sonoros impactantes. Este video ha generado un impacto notable en la promoción de la serie, acumulando un alto número de visitas y comentarios positivos, lo que favorece la popularidad de "Vincenzo".

La coherencia visual se mantiene constante, alineándose con el estilo general de la serie, mientras que la narrativa visual refuerza los temas y la personalidad del protagonista. La experiencia del usuario es fluida y breve, capturando la atención del espectador, con una combinación efectiva de música y efectos visuales que crean una atmósfera envolvente.

La introducción de "Vincenzo" es una obra audiovisual meticulosamente elaborada que no solo capta el interés del espectador, sino que también establece un tono intrigante para la serie. En su conjunto, el video no solo promueve la serie eficazmente, sino que también ofrece una experiencia visual inmersiva que resuena con el contexto sociocultural del K-drama.

7. 3. Análisis de usuario

7. 3. 1. Demografía

Edad: 11 a 18 años.

Sexo: Tanto hombres como mujeres

Nivel socioeconómico: Bajo a medio-alto. Esta diversidad es importante ya que el alcoholismo afecta a jóvenes de diferentes estratos sociales.

Ubicación geográfica: Urbanos y semiurbanos, principalmente en Cuenca, Ecuador.

Zonas delimitadas: Escuelas, colegios y áreas de entretenimiento juvenil (parques, centros deportivos).

Cultura: Influenciados por tradiciones locales y eventos culturales, pero también expuestos a influencias globales a través de redes sociales y medios digitales.

Religión: Mayormente católica, aunque con un creciente grupo de jóvenes no practicantes o de otras confesiones.

7. 3. 2. Psicografía

Personalidad: Jóvenes en una etapa de formación y exploración, algunos buscando aceptación social y validación de sus pares.

Estilo de vida: Estudiantes que combinan responsabilidades académicas con actividades recreativas. Pueden asistir a eventos sociales, reuniones con amigos y actividades extracurriculares como deportes.

Gustos personales: Música, videojuegos, redes sociales, deportes, contenido audiovisual como series y animaciones. Atracción por narrativas visuales dinámicas y contenido digital creativo.

Beneficio buscado: Sentido de pertenencia, diversión sana y seguridad emocional.

7. 3. 3. Conducta

Conveniencia: Los jóvenes tienden a preferir mensajes que sean directos y de fácil comprensión en plataformas donde ya interactúan, como Instagram, TikTok y YouTube. Estas redes son las que más tiempo utilizan y se caracterizan por su formato visual y dinámico, lo que facilita la rápida asimilación del contenido.

Decisiones: Las elecciones sobre el consumo de alcohol entre los jóvenes son mayormente influenciadas por sus amigos y las tendencias digitales que siguen. Los adolescentes a menudo imitan el comportamiento de sus padres, considerando estas acciones como parte de su proceso de identificación y búsqueda de pertenencia. Aunque las figuras adultas significativas, como padres y profesores, pueden tener un impacto, este es menor comparado con la presión del grupo y las influencias digitales.

Riesgo percibido: En líneas generales, los jóvenes tienden a subestimar los riesgos asociados con el consumo de alcohol a una edad temprana. Expresiones comunes en Cuenca, como "toma el ultimito..." o "un trago no hace daño...", revelan esta subestimación, ya que muchos jóvenes ven el consumo de alcohol como parte de la diversión y la socialización, sin considerar las consecuencias a corto y largo plazo.

Así mismo, el consumo de alcohol en contextos informales, como reuniones en casas de amigos o fiestas al aire libre, establece la percepción de que el alcohol es un elemento común y sin implicaciones negativas en la experiencia juvenil (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2018).

Expectativas: Los adolescentes buscan contenido que sea entretenido, informativo y que tenga un atractivo emocional. Prefieren campañas que no sean moralistas ni punitivas, sino que proporcionen información clara, realista y que se alinee con su realidad. La meta es recibir mensajes que les ayuden a tomar decisiones informadas sin sentirse juzgados, lo que hace que las estrategias comunicativas necesiten ser empáticas y sintonizadas con sus intereses.

7. 3. 4. Geográfico

Local:
Las comunicaciones se adaptarán al contexto cultural específico de Cuenca, incorporando símbolos, lenguaje y situaciones típicas de la región. Se considerarán elementos culturales y sociales que representan a los jóvenes cuencanos, como el uso de expresiones locales y referencias a actividades cotidianas de la ciudad.

Global:
Se adoptarán estilos de comunicación que sean modernos y accesibles, alineados con las tendencias internacionales que resuenan con los jóvenes conectados a redes sociales y contenido global. Esto asegurará que la campaña sea atractiva, actual y relevante para la audiencia objetivo.

Delimitación de Zonas:

Instituciones educativas:
Incluye escuelas y colegios públicos y privados situados en áreas urbanas como el centro histórico, Totoracocha y Monay, así como colegios en áreas rurales de parroquias como Baños, Ricaurte y El Valle.

Lugares recreativos:
Centros deportivos, parques populares como el Parque de la Madre y el Mirador de Turi, centros comerciales como Mall del Río, y eventos juveniles que se realicen en espacios como la Feria Libre o El Barranco.

Ámbitos digitales:
Ámbitos digitales: Plataformas sociales (TikTok, Instagram, YouTube) que son ampliamente utilizadas por jóvenes de diversas áreas, tanto urbanas como rurales.

Espacios comunitarios:
Barrios residenciales y centros comunitarios en zonas urbanas con alta vulnerabilidad, como El Arenal y Cayambe, donde se organizan talleres y actividades dirigidas a jóvenes.

Diferencias entre zonas urbanas y rurales:

Es fundamental reconocer que las dinámicas del alcoholismo varían entre los diferentes estratos sociales y las áreas urbanas y rurales de Cuenca. Un estudio realizado en el Colegio Daniel Córdova de Cuenca reveló que la prevalencia del consumo de alcohol en adolescentes alcanzó el 42.2%, asociado a factores como tener un familiar migrante, un estilo de vida deficiente y pertenecer a familias reconstituidas y disfuncionales (Romero et al., 2019).

Además, según la Encuesta de Salud y Nutrición (Ensanut) de 2018, el 8.9% de los adolescentes en la Sierra ecuatoriana habían consumido alcohol en los 30 días previos a la encuesta, lo que sitúa a esta región con la mayor tasa de consumo en comparación con la Amazonía y la Costa (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2018).

Estas diferencias exigen implementar estrategias de comunicación que sean específicas para cada contexto, considerando las percepciones y actitudes hacia el alcohol en cada entorno. Identificar y priorizar las áreas más vulnerables, aquellas con mayor incidencia de problemas familiares o escolares, permitirá concentrar los esfuerzos de prevención de manera más efectiva.

7. 4. Persona Design

7. 4. 1. Datos generales:

- **Nombre:** Sebastián Castillo
- **Edad:** 13 años
- **Ubicación:** Cuenca, Ecuador (vive en una zona residencial urbana con acceso a parques y espacios recreativos).
- **Nivel socioeconómico:** Medio (sus padres pueden cubrir sus necesidades básicas, pero tienen cuidado con gastos adicionales).
- **Ocupación:** Estudiante de colegio, con interés en deportes (especialmente fútbol) y contenido multimedia.
- **Hobbies y Pasatiempos:** Disfruta jugar videojuegos, explorar tendencias en TikTok, ver series animadas en YouTube, y asistir a entrenamientos de fútbol.
- **Acceso a Tecnología:** Tiene acceso diario a un teléfonoy conexión a internet, siendo usuario activo de TikTok, Instagram y YouTube.
- **Preferencias Visuales:** Le atraen los gráficos vibrantes y dinámicos, con elementos de humor y acción.
- **Relaciones Sociales:** Tiene un grupo cercano de amigos que influye en sus decisiones, pero a menudo siente presión para encajar.

7. 4. 2. Rutina Diaria y Actividades:

Sebastián se levanta a las 6:30 a.m. para prepararse e ir al colegio. Sus clases inician a las 7:30 a.m. y concluyen alrededor de las 2:00 p.m. Durante el recreo, aprovecha para pasar tiempo con sus amigos, quienes son su principal fuente de apoyo y compañía. Tras las clases, vuelve a casa para almorzar y realizar sus tareas escolares, aunque rara vez pasa más de una hora en estas actividades.

Por las tardes, Sebastián se dedica a navegar en redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube, donde consume contenido relacionado con videojuegos, tendencias virales y comedia. En algunas ocasiones, asiste a entrenamientos de fútbol en un parque cercano o juega en línea con sus amigos.

El entorno social y cultural de Cuenca ejerce una gran influencia en su vida diaria. Sebastián y su grupo de amigos suelen visitar plazas, parques y participar en eventos sociales locales, como ferias barriales, festivales culturales o reuniones juveniles organizadas en la ciudad, actividades comunes entre adolescentes de su edad.

Aunque estas interacciones son positivas para la socialización, también pueden convertirse en ocasiones donde algunos jóvenes, incluido Sebastián, prueban bebidas alcohólicas. Esto se debe, en parte, a la presión social y a la idea de que consumir alcohol es un signo de madurez y adultez.

Este comportamiento refleja patrones observados en la comunidad juvenil de Cuenca, donde la accesibilidad al alcohol en ciertos eventos y la influencia del grupo social son factores que contribuyen al inicio del consumo (Mena, 2010).

7. 4. 3. Desafíos y Frustraciones:

Sebastián enfrenta una presión constante por ser aceptado por su grupo de amigos, quienes frecuentemente lo animan a participar en actividades que no siempre consideraría adecuadas.

Es consciente de que esto puede tener consecuencias, pero su mayor preocupación es ser excluido. Su relación con sus padres es buena, aunque siente que no comprenden completamente las expectativas y presiones sociales que enfrenta en el colegio; por ello, prefiere no abordar el tema.

Esto podría estar influenciado por un aspecto cultural de Cuenca, donde las expectativas familiares suelen ser rígidas y seguir normas tradicionales. La familia juega un papel fundamental en la vida de los jóvenes, y en eventos sociales o celebraciones, el consumo de alcohol por parte de los adultos está normalizado.

Algunos de ellos incluso alientan a los jóvenes de la familia a beber, lo que lleva a Sebastián a considerar que el consumo de alcohol es un signo de masculinidad (Mena, 2010).

Además, en muchas culturas latinoamericanas, la comunicación sobre temas delicados como el consumo de alcohol o las frustraciones emocionales a menudo está restringida por normas que desaconsejan la expresión abierta. La idea de hablar de estos problemas puede denotar debilidad o falta de control, esto dificulta que Sebastián comparta sus inquietudes de manera directa (Romero, et al., 2019).

Frecuentemente, deja de lado sus responsabilidades escolares al priorizar el tiempo que pasa con sus amigos o en redes sociales. Un estudio de la Universidad de Cuenca destaca que en entornos urbanos, los adolescentes suelen sentir una gran presión para equilibrar su vida académica y social, lo que puede generar conflictos internos y dificultar la toma de decisiones claras (Romero, et al., 2019).

7. 4. 4. Metas Personales y Motivaciones:

Sebastián aspira a ser una persona exitosa y respetada, aunque aún no tiene definida cuál será su camino académico o profesional después del colegio. Su principal motivación radica en obtener el reconocimiento y la aceptación de su grupo de amigos, lo que en ocasiones lo lleva a tomar decisiones impulsivas.

Sin embargo, también desea sobresalir en el fútbol y considera que dedicar más tiempo a sus entrenamientos podría ayudarlo a forjar una vida distinta. Busca desarrollar su confianza personal y aprecia los mensajes que le brindan alternativas positivas para enfrentar la presión social.

7. 4. 5. Cita representativa:

"A veces siento que tengo que hacer cosas que no quiero solo para no quedarme atrás... pero también sé que eso puede complicar mi futuro."

7. 4. 6. Persona Design Diagramado:

PERSONA DESIGN

Sebastián Castillo
(16 años, Cuenca - Ecuador)

Datos generales:

- **Edad:** 13 años
- **Ubicación:** Cuenca, Ecuador (zona residencial urbana)
- **Nivel socioeconómico:** Medio
- **Ocupación:** Estudiante de colegio
- **Intereses:** Fútbol, videojuegos, TikTok, YouTube
- **Acceso a tecnología:** Celular con internet móvil, usuario activo de redes sociales
- **Relaciones sociales:** Grupo cercano de amigos con fuerte influencia sobre sus decisiones

Rutina Diaria:

- **Mañana:** Colegio (7:30 a.m. - 2:00 p.m.), comparte con amigos en el recreo
- **Tarde:** Almuerza, hace tareas (máx. 1 hora), redes sociales, fútbol algunos días
- **Noche:** Videojuegos, series en YouTube, interacción digital
- **Socialización:** Frecuenta parques, ferias y eventos juveniles donde el alcohol puede estar presente debido a la presión social

Desafíos y Frustraciones:

- Siente presión para encajar con su grupo de amigos, aunque implique decisiones que no comparte
- Dificultad para comunicarse con sus padres sobre sus preocupaciones y presiones sociales
- Lucha por equilibrar estudios, redes sociales y vida social
- Temor a que sus acciones actuales afecten su futuro

Metas y Motivaciones:

- Quiere ser exitoso y respetado, aunque aún no define un camino claro
- Busca reconocimiento y pertenencia en su grupo social
- Sueña con destacar en el fútbol como alternativa positiva en su vida

Tabla 1

7. 5. Mapa de Empatía

Sebastián Castillo (16 años, Cuenca, Ecuador)

7. 5. 1. ¿Qué piensa y siente?

Sebastián está convencido de que, para ser aceptado, necesita ajustarse a los comportamientos y valores de sus amigos, incluso cuando estos contradicen sus propias creencias y sentimientos. Su deseo por la aceptación social es tan fuerte que frecuentemente pone el bienestar de su grupo por encima de sus propios principios, lo que en ocasiones lo hace sentir incómodo.

Esta necesidad de pertenencia se manifiesta en su continua preocupación por no decepcionar a sus amigos, aunque en su interior siente que puede estar tomando decisiones equivocadas que podrían preocupar a sus padres. La disparidad entre las expectativas de sus padres y su realidad social crea una sensación de desconexión emocional en él.

El temor al rechazo, junto con la inseguridad sobre su posición en el grupo, lo coloca en una situación de vulnerabilidad emocional. A la vez, siente frustración por la dificultad de equilibrar su vida social y sus obligaciones académicas.

La demanda constante de participación en redes sociales y eventos sociales compite con sus estudios, generando más frustración. La incapacidad de administrar este equilibrio de manera efectiva lo hace sentir atrapado, sin saber cómo atender todas las exigencias de su entorno.

Esta carga emocional se intensifica por su falta de comunicación abierta con sus padres sobre las tensiones que enfrenta en la escuela y en su vida social. Las decisiones actuales de Sebastián lo llevan a reflexionar sobre las repercusiones que podrían tener en su futuro. La presión entre el individuo que desea ser y el que siente que se espera que sea lo abruma, ya que su identidad se ve influenciada por las expectativas externas, lo que genera inseguridad en él.

7. 5. 2. ¿Qué ve?

Sebastián está inmerso en un entorno juvenil donde el consumo de alcohol y las reuniones informales se han normalizado. En su día a día, observa cómo sus amigos y compañeros de colegio consideran que el alcohol es parte esencial de la socialización, sobre todo en el contexto de fiestas y reuniones. La presión por ser parte del "grupo popular" es constante, y los comportamientos de riesgo, como el consumo excesivo de alcohol, también se ven reforzados por las influencias digitales.

Sebastián sigue redes sociales como TikTok y YouTube, donde predominan contenidos que exaltan un estilo de vida despreocupado y lleno de fiestas. En estos canales, se glorifica la diversión sin límites, a menudo vinculada al consumo de alcohol. Influencers como Ari Gameplays, BadaBun, Dalas Review, Coscu, Spreen y videos musicales de artistas como Bad Bunny, Peso Pluma, Anuel AA, Karol G, J Balvin, Duki, Cro, Khea y Homer el mero mero, en YouTube, conocidos por sus contenidos sobre entretenimiento juvenil y su estilo de vida relajado, muestran en sus videos situaciones donde el consumo de alcohol es retratado como parte de una experiencia divertida y sin consecuencias.

Sebastián también observa que sus amigos imitan estas tendencias en sus propias reuniones y conversaciones, repitiendo frases como "tómate el últimito", lo que normaliza este comportamiento.

Sebastián se ve influenciado principalmente por sus compañeros de colegio y por eventos juveniles locales, como fiestas, conciertos, tiendas o encuentros en lugares escondidos de la ciudad como los ríos, donde la socialización se basa en comportamientos de grupo, y el consumo de alcohol a menudo pasa desapercibido. A nivel local, la cultura juvenil de exploración y rebeldía es prominente, lo que impulsa a Sebastián a buscar encajar con sus amigos y vivir experiencias que siente como propias para su edad.

7. 5. 3. ¿Qué escucha?

Las frases que escucha Sebastián de sus amigos son "Conmigo no has tomado", "Si no tomas, para qué vienes", "Has sido aburrido", "Si no tomas, no eres machito", estas frases reflejan claramente la presión social que enfrentan. Estas expresiones sugieren que la aceptación dentro del grupo depende del comportamiento de consumo. Sebastián escucha mensajes informales que minimizan los riesgos del alcohol, tanto de sus amigos como de adultos.

Algunos adultos advierten sobre las consecuencias del consumo, mientras que otros lo trivializan, haciendo bromas al respecto, lo que confunde aún más a Sebastián sobre el verdadero impacto del alcohol en su vida. Este tipo de contradicciones en el discurso adulto contribuye a que los jóvenes no perciban el alcohol como un riesgo real y piensan que es de una persona "madura".

Sebastián también sigue a algunos influencers y creadores de contenido que promueven un estilo de vida donde el consumo de alcohol es parte de la diversión y las fiestas. Influencers como Coscu, Nordeltus en YouTube y TikTok o Kimberly Loaiza en Instagram y TikTok, con su contenido juvenil y relajado, a menudo muestran fiestas y encuentros sociales donde el consumo de alcohol es habitual.

Sin embargo existe más influencia por parte de artistas de reggaetón y rap latinoamericanos como Bad Bunny, Peso Pluma, Anuel AA, Karol G, J Balvin, Duki, Cro, Khea, Tiago, MiloJ, Ysy, Homer el mero mero, Franky style, Alvarito Díaz, Cazzu, Nicki Nicole, Eladio Carrion, Dani Ribba, Pablo Chile, Asan tienen un gran impacto en la música que Sebastián escucha.

Las letras de sus canciones, que a menudo mencionan el consumo de alcohol y comportamientos hedonistas, refuerzan la idea de que estos comportamientos son aceptables y hasta deseables para un joven. En su mayoría, estos referentes presentan un mensaje que desinhibe y promueve un estilo de vida sin preocupaciones, en el cual el alcohol es solo un complemento más de la diversión.

7. 5. 4. ¿Qué dice y hace?

Sebastián utiliza expresiones comunes entre sus amigos, como “una no hace daño” o “es solo para probar”, que minimizan los riesgos asociados con el consumo de alcohol. Estas frases indican cómo el consumo se ha normalizado entre su círculo social y cómo él mismo se ajusta a esas dinámicas para evitar el estigma de ser excluido. Al utilizar estos términos, intenta desdramatizar la situación, considerando el consumo de alcohol como algo común o carente de consecuencias, lo que le permite justificar sus acciones tanto ante sí mismo como ante sus amigos.

Con sus padres, evita discutir sobre el tema del alcohol, quizás por miedo a una reacción negativa o a la falta de comprensión. Su interacción con ellos a menudo se caracteriza por la evasión o por una actitud de “no pasa nada”, lo cual refuerza la idea de que no quiere decepcionarlos, pero tampoco está dispuesto a compartir totalmente sus comportamientos. Frente a sus amigos, muestra una faceta más relajada e indiferente, actuando como si el consumo de alcohol fuera completamente normal y sin repercusiones. Esta postura ilustra la poderosa influencia de sus pares y la presión por encajar, una respuesta típica entre adolescentes que están delineando su identidad social.

Sebastián participa activamente en encuentros sociales donde el consumo de alcohol es común, pero oculta estas actividades de sus padres. Esta divergencia entre su comportamiento en público y en privado sugiere que se siente incómodo con la posibilidad de que sus padres descubran sus hábitos, lo que podría crear un conflicto con sus expectativas. Aunque con sus amigos actúa con libertad, en casa siente la necesidad de esconder su participación para evitar problemas familiares.

Su conexión con el mundo digital también es significativa; dedica mucho tiempo a redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube, donde las dinámicas relacionadas con el consumo de alcohol son reiteradamente reforzadas. Esto muestra cómo la prioridad que otorga a su vida social y digital sobre sus estudios evidencia cómo las exigencias de aceptación social interfieren en sus responsabilidades académicas. Sebastián se encuentra atrapado entre la expectativa de cumplir con lo que su familia espera y su deseo de pertenecer a su grupo de amigos, lo que genera un desbalance en su vida cotidiana.

7. 5. 5. Dolores

Sebastián tiene temores muy marcados que afectan su comportamiento diario. Su mayor temor es el rechazo o la exclusión de su grupo de amigos. Como su círculo social influye enormemente en su identidad y bienestar emocional, la idea de no ser aceptado le genera una angustia constante. Este miedo lo lleva a ceder ante la presión del grupo, incluso cuando las actividades no se alinean con sus principios.

Además, siente una frustración por no ser comprendido por los adultos, especialmente sus padres. Aunque cree que podrían brindarle apoyo, no siente que haya una apertura real para discutir sus problemas y las presiones sociales que enfrenta. Los adultos en su entorno no logran captar la gravedad de los desafíos emocionales y sociales que vive a diario.

A nivel social, la presión por mantener una imagen frente a sus amigos lo induce a una frustración interna, ya que no sabe cómo conciliar sus deseos personales con lo que percibe como las expectativas de su grupo.

Esta falta de autenticidad en sus relaciones lo agota emocionalmente. También, su confusión sobre cómo manejar la presión social le deja desarmado y con pocas herramientas efectivas para afrontar las demandas externas, lo que a menudo resulta en decisiones impulsivas e insostenibles. Uno de los principales obstáculos que enfrenta es la carencia de alternativas para rechazar el consumo de alcohol sin temer ser excluido socialmente.

La escasez de opciones recreativas saludables en su entorno también contribuye a esta problemática, dado que la mayoría de las actividades de ocio disponibles están asociadas al consumo de alcohol o a comportamientos de riesgo, característica de la cultura cuencana. Esta ausencia de alternativas adecuadas limita su capacidad de forjar una identidad al margen de esos patrones, lo que agrava aún más la situación.

7. 5. 6. Ganancias

Sebastián anhela ser aceptado y valorado por sus amigos, lo que le brinda un sentido de pertenencia y bienestar emocional. Este tipo de reconocimiento social es fundamental en esta etapa de su vida, ya que está en proceso de definir su identidad y desea integrarse a un grupo. Al mismo tiempo, busca consolidar su posición dentro de su círculo social, lo que le aporta estabilidad en su entorno juvenil.

La diversión también juega un papel esencial en sus metas: espera disfrutar de momentos de entretenimiento y camaradería sin preocuparse por las posibles repercusiones de sus decisiones. A pesar de ser consciente de los riesgos, su prioridad en este momento es el placer inmediato y la conexión social con los demás.

De cara al futuro, Sebastián aspira a hallar un equilibrio entre la diversión y la responsabilidad. Si bien disfruta de la interacción social y el tiempo libre, también desea gestionar sus obligaciones académicas y familiares sin sentir que tiene que renunciar a uno u otro aspecto. En cuanto a sus aspiraciones personales, Sebastián quiere destacarse en el fútbol o en cualquier otra actividad que le brinde orgullo.

Su meta es embarcarse en una ocupación que le permita sobresalir, recibir reconocimiento y, en lo posible, ganarse el respeto de sus padres. Así, sus objetivos están en sintonía con su deseo de obtener reconocimiento, tanto social como familiar.

7. 5. 7. Mapa Diagramado

MAPA DE EMPATÍA

Sebastián Castillo (16 años, Cuenca, Ecuador)

¿Qué piensa y qué siente?

Sebastián necesita ser aceptado por su grupo de amigos, lo que lo lleva a ceder a la presión social, incluso en actividades como el consumo de alcohol. Aunque valora la opinión de sus padres, siente una brecha emocional con ellos. Experimenta ansiedad por la aceptación, frustración por no equilibrar su vida social y académica, y temor a que sus decisiones afecten su futuro.

¿Qué ve?

Un entorno donde el consumo de alcohol es normal en fiestas y reuniones. Redes sociales como TikTok y YouTube refuerzan la idea de que la diversión está ligada al alcohol. Influencers y artistas de reggaetón promueven este estilo de vida, mientras que en su colegio y eventos juveniles la presión por encajar es constante.

¿Qué escucha?

Frases de sus amigos como “Si no tomas, para qué vienes” refuerzan la presión social. Recibe mensajes contradictorios de adultos: algunos advierten sobre el alcohol, mientras que otros lo trivializan. La música y creadores de contenido que sigue promueven un estilo de vida sin preocupaciones.

¿Qué dice y hace?

Minimiza los riesgos con frases como "unita no hace nada". Evita hablar con sus padres sobre el alcohol por temor a decepcionarlos. En casa, oculta su participación en fiestas, pero con sus amigos se muestra relajado y parte del grupo. Su tiempo en redes sociales refuerza estas influencias.

Dolores

Miedo al rechazo y a decepcionar a sus padres. Frustración por no sentirse comprendido y por la presión social de mantener una imagen. Falta de herramientas para decir "no" sin ser excluido y escasez de opciones recreativas saludables.

Ganancias

Busca aceptación y reconocimiento social. Quiere disfrutar sin preocuparse por las consecuencias. A largo plazo, aspira a equilibrar su vida social y académica y destacarse en el fútbol para ganarse el respeto de su entorno.

Tabla 2

7. 6. Brief

7. 6. 1. Antecedentes

En Cuenca, Ecuador, el consumo de alcohol entre los adolescentes se ha vuelto algo habitual en eventos sociales y reuniones informales. Esta tendencia queda reflejada en estudios como la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT), que indica que el 8.9% de los adolescentes de la Sierra ha consumido alcohol en los últimos 30 días, siendo esta región la más afectada en comparación con otras áreas del país (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2018).

Recientemente, un trágico accidente de tráfico provocado por un conductor ebrio ha dejado una profunda huella en la comunidad cuencana, resultando en múltiples víctimas fatales, mientras que el conductor sobrevivió con heridas leves. Este suceso pone de manifiesto la urgente necesidad de abordar el problema del consumo de alcohol desde una perspectiva preventiva y educativa.

Muchos adolescentes se ven presionados por su grupo a consumir alcohol sin comprender plenamente los riesgos que esto conlleva. Aunque hay campañas locales que abordan el alcoholismo, suelen emplear mensajes generales que no están adaptados a la población juvenil.

Los métodos tradicionales, como carteles, charlas escolares o videos educativos con un enfoque autoritario, han mostrado poca eficacia, ya que no logran captar la atención de los adolescentes ni establecer una conexión emocional con ellos.

Según el estudio de Bueno & Vásquez (2021), los jóvenes responden mejor a estrategias comunicativas que utilicen formatos visuales dinámicos y creativos, capaces de representar de manera atractiva y cercana situaciones de la vida cotidiana, lo que fomenta una relación más profunda con el mensaje.

Esta animación tiene como objetivo llenar ese vacío, utilizando un formato moderno y atractivo que resuene con los intereses y hábitos mediáticos de los jóvenes cuencanos. En plataformas como TikTok, Instagram y YouTube, donde los adolescentes pasan gran parte de su tiempo, se emplearán recursos visuales impactantes y narrativas basadas en situaciones reales.

Esto no solo busca educar, sino también generar una conexión emocional. La propuesta se centra en explorar los miedos y las consecuencias reales del consumo de alcohol, con el fin de provocar una reflexión genuina y duradera en esta audiencia.

7. 6. 2. Descripción del proyecto o producto a comunicar

El proyecto consiste en una animación breve que ilustra de manera clara y conmovedora las devastadoras consecuencias del consumo de alcohol, a través de una historia en paralelo que compara la vida de un joven soldado y la de un adolescente que cae en el alcoholismo. Ambas historias muestran cómo las decisiones pueden llevar a un destino trágico, resaltando la importancia de elegir un camino responsable.

7. 6. 3. Target

¿Quién es?

Jóvenes de entre 11 y 18 años en Cuenca, Ecuador, que son estudiantes de colegios locales, tanto públicos como privados. Se encuentran en un entorno urbano y atraviesan una etapa de formación en la que buscan construir su identidad y encontrar aceptación social.

¿Qué le gusta?

Prefieren contenido dinámico y visualmente atractivo, como animaciones coloridas, videos con música popular y desafíos en tendencia en plataformas como TikTok e Instagram.

Les interesan las historias que resuenan emocionalmente y con las que pueden identificarse, especialmente aquellas que reflejan su realidad y su entorno social.

También disfrutan del contenido humorístico y de los retos virales que fomentan la participación activa con sus amigos.

¿Qué actitud tiene ante mi producto?

Demuestran curiosidad e interés cuando el mensaje es directo, emocional y visualmente atractivo.

Las campañas que abordan situaciones reales tienen un impacto significativo en ellos, especialmente si incluyen narrativas con protagonistas jóvenes que pueden identificarse.

Prefieren mensajes que inviten a la reflexión desde una perspectiva cercana y empática, evitando enfoques moralistas o demasiado autoritarios.

7. 6. 4. Objetivos de comunicación

- Comunicar de manera clara y realista las graves consecuencias del consumo de alcohol, tales como accidentes mortales y lesiones permanentes, junto con su impacto emocional.
- Destacar cómo una mala decisión puede alterar su futuro por completo.
- Promover actividades recreativas y saludables, como deportes, talleres artísticos o eventos juveniles libres de alcohol, que sean accesibles y atractivos para ellos.

7. 6. 5. Estilo gráfico

Visuales dinámicos, con colores llamativos y elementos en movimiento rápidos, que estén adaptados a las tendencias digitales actuales.

7. 6. 6. Narrativa

La animación se basa en una historia paralela que presenta dos versiones del mismo joven: una en la que se convierte en un soldado y otra en la que cae en el alcoholismo. A través de escenas contrastantes, se exploran las consecuencias de sus decisiones.

Mientras el soldado enfrenta los horrores de la guerra, pierde amigos y finalmente muere con honor, el otro joven vive una tragedia distinta, perdiendo a sus seres queridos debido a un accidente provocado por su consumo irresponsable de alcohol. Al final, mientras el soldado es recordado con honor, el joven alcohólico es olvidado y rechazado por su propia familia.

7. 6. 7. Plataformas

Enfocar esfuerzos en TikTok, Instagram y YouTube, utilizando formatos como reels, desafíos y videos cortos que sean fáciles de compartir.

7. 6. 8. Insight

"Un segundo de diversión puede acabar con tu vida o la de alguien más. Nadie quiere ser la razón de una tragedia."

7. 6. 9. Ventaja Competitiva / Promesa

Promesa: Este mensaje no es simplemente una advertencia, es un llamado a cuidar de sus vidas y las de los demás, no solo por los riesgos de accidentes de tránsito, sino por las consecuencias negativas a largo plazo.

Beneficio competitivo: Una historia basada en eventos reales diseñada para impactar emocionalmente, mostrando que la prevención de estas tragedias está en manos de cada joven.

7. 6. 10. Reason Why

El impacto visual y emocional de la animación, junto con un enfoque en consecuencias recientes y reales, fomentará la identificación y reflexión de los jóvenes sobre sus propias decisiones.

7. 6. 11. Tono y Manera

Tono: Serio, directo y emocionalmente impactante.

Manera: Utilizar una narrativa que confronte a los jóvenes con la realidad, pero desde un enfoque educativo que los guíe hacia mejores decisiones.

7. 6. 12. Posicionamiento

Que sea recordado como un mensaje impactante que transformó la percepción de los jóvenes de Cuenca sobre el alcohol y sus consecuencias.

7. 6. 13. Concepto total

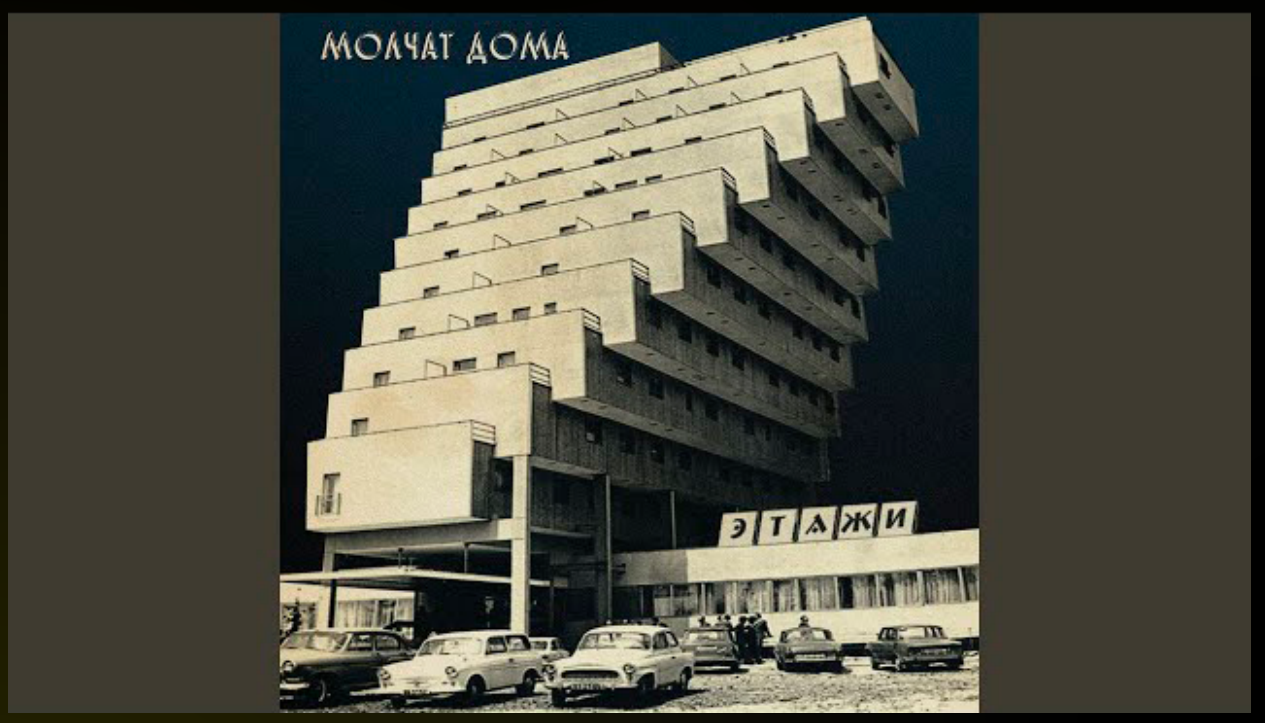
Eslogan: *"¿Estás seguro de que no te pasará lo mismo a ti?"*

7. 6. 14. Medios

Redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube, con clips impactantes que utilicen tendencias para captar atención. También puede servir como complemento a campañas de concientización y educación en colegios.

7. 6. 15. Soportes a desarrollar

Animación principal (1 a 4 minutos) que incluya escenas visualmente impactantes, como un accidente y sus consecuencias emocionales, acompañada de una canción que refuerce la narrativa de la animación.



Imágen 4

https://youtu.be/1Gw3ZbXcF00 - (*"Tocka" - Molchat Doma*)

7. 7. Definición de contenido

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	ELEMENTOS SUGERIDOS	DURACIÓN SUGERIDA
INTRODUCCIÓN	Breve presentación del problema del consumo de alcohol en jóvenes y su impacto en Cuenca.	Captar la atención e introducir el problema.	Escenas iniciales impactantes: un joven despidiéndose de su familia para ir a la guerra y, en un universo paralelo, el mismo joven escapando de casa para ir a una fiesta.	1 - 10 segundos
CONTEXTO DEL PROBLEMA	Explicación de cómo las decisiones pueden afectar el destino de los jóvenes.	Establecer el problema y conectar emocionalmente con la audiencia.	Imágenes de los dos mundos: el joven soldado entrenando con sus amigos y fortaleciendo su vínculo, mientras que, en el otro universo, el mismo joven en una fiesta con sus amigos y su novia, ignorando las advertencias de ella sobre el consumo de alcohol.	1 - 40 segundos
HISTORIA PRINCIPAL	Narrativa paralela de dos versiones de la vida del protagonista: en una, lucha en la guerra y enfrenta pérdidas; en la otra, conduce ebrio y causa un accidente fatal.	Generar empatía y reflexión emocional a través de una historia que sea cercana y realista.	Desarrollo del personaje principal (Sebastián). Mostrar su transformación desde la camaradería en la guerra hasta la tragedia de perder a sus amigos en batalla, en contraste con su versión fiestera, donde el accidente cambia su vida. Música emocional para reforzar la narrativa.	1 - 20 segundos
CONSECUENCIAS	Representación visual de los efectos negativos: muerte, culpa y el impacto en otros.	Despertar conciencia sobre los riesgos del consumo de alcohol y generar miedo constructivo.	Escenas del protagonista soldado sobreviviendo con culpa tras la muerte de sus amigos y recibiendo cartas de apoyo de su familia. En el otro universo, el joven busca apoyo en su familia y novia, pero lo rechazan. Simbología como botellas vacías en una calle desolada y una escena sombría en un callejón.	1 - 20 segundos
ALTERNATIVAS POSITIVAS	Presentación de cómo una buena decisión puede cambiar el destino.	Mostrar soluciones realistas y motivar decisiones responsables.	Mostrar el funeral con honores del soldado, donde su familia y novia lo recuerdan con orgullo, en contraste con la indiferencia social hacia el joven alcohólico, cuyo fallecimiento es ignorado.	1 - 20 segundos
LLAMADO A LA ACCIÓN	Mensaje final que motive a los jóvenes a evitar el consumo irresponsable de alcohol.	Inspirar cambios de actitud y promover la reflexión personal.	Eslogan: "Las decisiones que tomas hoy pueden definir cómo serás recordado mañana. No dejes que el alcohol elija por ti." Cierre con imágenes de esperanza y jóvenes tomando decisiones responsables.	1 - 10 segundos

Tabla 3

Imágen 5

7. 7. 1. Definición de Mensaje Central

El alcoholismo no solo afecta la vida del consumidor, sino que también impacta a quienes lo rodean. Las repercusiones de beber y conducir son irreversibles, y es posible que el ciclo de irresponsabilidad se repita sin decisiones acertadas. Se busca transmitir un mensaje de desesperación, culpa y pérdida para provocar un impacto emocional profundo y reflexión.

7. 7. 2. Elementos Narrativos Esenciales

Protagonista: Un joven común que sirve como representación de cualquier adolescente. Su historia se divide en dos realidades paralelas: una en la que es un soldado enfrentando la guerra y otra en la que se convierte en víctima del alcoholismo.

Conflicto interno: La culpa y el comportamiento autodestructivo se convierten en mecanismos para enfrentar su sufrimiento. En el universo del soldado, la lucha externa refleja su lucha interna. En el universo del alcohólico, la culpa lo consume, llevándolo a la desesperación.

Ciclo repetitivo: La noción de que estas tragedias son prevenibles, pero tienden a reencarnarse en ausencia de un cambio consciente. La guerra y el alcoholismo se convierten en dos batallas que el protagonista libra con distintos desenlaces.

7. 7. 3. Tono y Estilo Visual

Tono: Serio, oscuro y realista, pero sin un enfoque moralista. El contraste entre ambos universos refuerza la tragedia y el mensaje.

Estilo visual: Paletas de colores fríos y oscuros (grises, azules profundos y negros) para transmitir desesperanza y tristeza en la historia del alcohólico. En la guerra, tonos sepia y tierras apagadas. Las escenas de peligro o consumo de alcohol contrastan con rojos y amarillos intensos.

7. 7. 4. Escenarios Clave

Fiesta o lugar de consumo: En el universo del alcohólico, representa el inicio del problema. El protagonista se sumerge en el alcohol sin ser consciente de las consecuencias.

Campo de entrenamiento: En el universo del soldado, se muestra el crecimiento del protagonista, su relación con sus amigos y la fortaleza de sus lazos.

Accidente: La escena del choque en el universo del alcohólico y la muerte en combate de sus amigos en el universo del soldado. Impactantes y decisivas.
Soledad del protagonista: En el universo del alcohólico, el rechazo de su familia y su novia lo empujan a la desesperación. En el universo del soldado, la pérdida de sus compañeros pesa sobre él.

Repetición del ciclo: En el universo del alcohólico, se muestra cómo el protagonista se refugia en el alcohol, repitiendo los errores. En el universo del soldado, su sacrificio es recordado con honor, mientras que en el otro, el protagonista muere siendo olvidado.

- **Inicio:** Introducción suave pero ominosa, con escenas de despedida del soldado y el joven escapando a la fiesta.
- **Clímax:** El accidente y la batalla, con un cambio abrupto en el tempo musical.
- **Caída:** Momentos lentos y melancólicos que reflejen culpa y autodestrucción.
- **Final:** Escena impactante de la muerte del soldado con honores y el olvido del alcohólico, culminando con un mensaje claro.

7. 7. 5. Transiciones y Ritmo

Usar la canción **“Tocka” - Molchat Doma** para marcar el ritmo de las emociones:
https://youtu.be/1Gw3ZbXcF00

7. 7. 6. Emociones a Transmitir

Captar el peso emocional que enfrenta el protagonista tras la tragedia, mostrando su batalla interna. En el universo del alcohólico, su adicción es un mecanismo de escape que lo lleva a la autodestrucción. Se busca provocar en el espectador una sensación de temor y reflexión al ser testigos de las consecuencias de sus decisiones.

7. 7. 7. Detalles Clave del Storytelling

- Incluir elementos visuales que fortalezcan el mensaje: botellas medio llenas y vacías, coches destrozados, calles frías y desoladas.

  En el universo del soldado, cartas de sus seres queridos y objetos personales de sus compañeros caídos.

  Enfatizar cómo la historia tiende a repetirse y evidenciar que las malas decisiones no solo afectan al protagonista, sino también a otros jóvenes.

7. 7. 8. Mensaje Final

Incluir al final de la animación un mensaje claro y directo, como el eslogan:

"¿Estás seguro de que no te pasará lo mismo a ti?"

7. 7. 9. Referencias y Recursos Visuales

Inspiraciones cinematográficas: Películas o cortos con tonos oscuros y reflexivos, como "Enemy" de Imagine Dragons & JID , "Shark" de Imagine Dragons, "COPYCAT" de Billie Eilish, "Bury a friend" de Billie Eilish o animaciones con estilo minimalista que transmiten emociones profundas:

- **"Enemy" - Imagine Dragons & JID:** https://youtu.be/F5tSoaJ93ac
- **"Shark" - Imagine Dragons:** https://youtu.be/7j7twuejxvU
- **"COPYCAT" - Billie Eilish:** https://youtu.be/aejbTf8Y0_0
- **"Bury a friend" - Billie Eilish:** https://youtu.be/z3U4apewLrQ

(Extra) "I Can't Fix You" - Five Nights at Freddy's Sister Location Song:
https://youtu.be/kXMwZNRiPe0

Detalles técnicos: Considerar iluminación, sombras y texturas para reforzar las emociones en cada escena.

7. 7. 10. Elementos Éticos y Respeto por el Tema

El tratamiento del tema debe ser respetuoso y evitar que las imágenes o el mensaje caigan en el sensacionalismo. La violencia debe ser implícita y emocionalmente impactante, evitando escenas que puedan ser demasiado fuertes.

7. 8. Proceso de diseño

Tabla 4

(Diagrama de GANNT)

DIAGRAMA DE GANNT: (del 3 de febrero al 9 de mayo)	**FEBRERO**				**MARZO**				**ABRIL**				**MAYO**	
ACTIVIDAD	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**
1. IDEACIÓN Y DEFINICIÓN DEL CONCEPTO *(MENSAJE CENTRAL, ENFOQUE EMOCIONAL, ESTÉTICA VISUAL).*	X													
2. DESARROLLO DEL GUIÓN Y STORYTELLING *(QUE CADA LÍNEA DEL GUIÓN REFUERCE EL MENSAJE PRINCIPAL, CON REVISIONES PARA CLARIDAD Y COHERENCIA).*	X	X												
3. DISEÑO DE PERSONAJES Y ESCENARIOS *(DISEÑO DE PERSONAJES Y ESCENARIOS PARA GARANTIZAR QUE SEAN VISUALMENTE ATRACTIVOS Y SE ALINEEN CON EL TONO DE LA HISTORIA).*		X	X	X										
4. STORYBOARD *(PLAN VISUAL CLARO QUE TE PERMITA VISUALIZAR EL FLUJO Y LOS DETALLES DE CADA ESCENA).*			X	X										
5. ANIMACIÓN BASE *(LAS ACCIONES PRINCIPALES O MOVIMIENTOS BÁSICOS, ANTES DE AÑADIR DETALLES).*					X	X	X							
6. REFINAMIENTO DE LA ANIMACIÓN *(PULIR LA ANIMACIÓN PARA QUE SEA FLUIDA Y CONSISTENTE).*							X	X	X	X				
7. EDICIÓN DE AUDIO *(SINCRONIZACIÓN CON MÚSICA)*								X	X	X				
8. REVISIÓN Y CORRECCIÓN DE ERRORES *(PRUEBAS Y CORRECCIÓN DE CUALQUIER ERROR)*										X	X	X		
9. PROTOTIPO FINAL Y AJUSTES *(QUE EL ARCHIVO ESTÉ EN EL FORMATO ADECUADO Y CUMPLA CON TODOS LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS).*													X	
10. ENTREGA FINAL														X

Tabla 5

7. 9. Conclusiones del capítulo

El análisis de este capítulo resalta la complejidad del consumo de alcohol entre los jóvenes de Cuenca, explorando sus causas, consecuencias y estrategias de prevención desde distintos enfoques. Las entrevistas realizadas con expertos y personas en proceso de recuperación subrayan la influencia de factores sociales, emocionales y familiares en este fenómeno, así como la relevancia del apoyo psicológico durante la rehabilitación.

Asimismo, el estudio de referentes audiovisuales permite reconocer estrategias efectivas para la sensibilización a través de la animación y el diseño gráfico. El análisis del público objetivo revela la necesidad de crear mensajes impactantes que se alineen con sus hábitos de consumo mediático. En última instancia, la propuesta de comunicación tiene como fin concientizar a los jóvenes a través de una narrativa visual emotiva que les enfrente con las consecuencias del consumo excesivo de alcohol y los impulse a tomar decisiones responsables.

CAPÍTULO 3

Desarrollo

8. Capítulo 3

8.1. Introducción

En esta fase se busca fomentar la creatividad para el desarrollo del producto audiovisual, integrando técnicas innovadoras con un análisis de las tendencias actuales de la industria. Se aplicará la metodología SCAMPER para examinar diferentes posibilidades y asegurar la originalidad de la propuesta. Además, se realizará un estudio de tendencias con el propósito de seleccionar los formatos, ritmos, estilos visuales y sonoros más adecuados para el proyecto. Por último, se creará un storyboard detallado que estructurará la narrativa y permitirá visualizar el producto antes de su producción.

SCAMPER

8.2. Recolección de data:

8.2.1. Aplicación del Método SCAMPER

SCAMPER es una estrategia de brainstorming utilizada para mejorar o generar productos audiovisuale.

A continuación los componentes de esta técnica:

- **(S) Sustituir:** Se revisarán elementos que puedan ser cambiados para mejorar la seguridad, accesibilidad o innovación del producto audiovisual.
- **(C) Combinar:** Se explorarán combinaciones de elementos audiovisuales que enriquezcan la experiencia del espectador.
- **(A) Adaptar:** Se considerará la inclusión de nuevas tecnologías o funciones que aumenten la interactividad y el impacto del producto.
- **(M) Modificar:** Se evaluarán ajustes en el diseño, duración y estructura visual del producto.
- **(P) Propósito:** Se analizará la adaptación del producto para diferentes públicos o sectores.
- **(E) Eliminar o minimizar:** Se identificarán elementos poco útiles para simplificar la producción y aclarar el mensaje.
- **(R) Revertir o reorganizar:** Se examinarán modificaciones en la narrativa o estructura para ofrecer nuevas perspectivas.

A continuación, se presentan algunas campañas multimedia sobresalientes sobre el alcoholismo que podrían servir como referencia para el análisis de tendencias:

- **"Sin Pasarse":** Una propuesta de estudiantes de la Universidad de Murcia que utiliza un juego de palabras con "pasas" para ilustrar de manera humorística los efectos del consumo excesivo de alcohol (Almasa, 2025).
- **"Game Over #SiBebesNoManejes":** Iniciativa de Cervecería Nacional y la Agencia Nacional de Tránsito de Ecuador, concienciando sobre los peligros de conducir bajo los efectos del alcohol, destacando que en la vida real solo se tiene una oportunidad (Acosta, 2022).
- **"1412: Esto es sin juzgar":** Un programa del Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA) en Chile, ofreciendo apoyo confidencial y gratuito las 24 horas a personas con problemas de consumo (Radios Regionales, 2023).
- **"Cada vez que te emborrachas te separas de las cosas que más te importan":** Campaña de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) en España, que utiliza efectos especiales para ilustrar cómo el abuso de alcohol puede perjudicar relaciones personales y la vida diaria (Fad Juventud, 2013; Fad Juventud, 2012).

- **“Un alcohólico no solo se daña a sí mismo”:** Propuesta de la asociación Blue Cross de Alemania, mostrando a través de imágenes impactantes el efecto del alcoholismo no solo sobre el individuo, sino también sobre sus seres queridos (Valcárcel, 2017).

- **“Este verano hazte un sin”:** Lanzada por la Asociación DUAL en España, alerta sobre el riesgo de consumo de alcohol en vacaciones, promoviendo alternativas al mismo (Saludadiario, 2023).

- **Objetivo: concienciar sobre el peligro de consumir alcohol antes de conducir:** Implementada por el Ayuntamiento de Zamora en España, esta campaña crea conciencia sobre los peligros de conducir bajo efectos alcohólicos, especialmente en fiestas y cenas de empresa (Radio Zamora, 2024).

- “Desmontando un elefante”: Un proyecto cinematográfico que aborda el alcoholismo a través de la historia de una arquitecta y madre, destacando las consecuencias del consumo excesivo (Orcaña, 2025).

Estas campañas ofrecen diferentes enfoques y perspectivas sobre la prevención y concienciación del alcoholismo, las cuales pueden ser útiles al desarrollar el proyecto audiovisual.

Imágen 6

8.3. Procesamiento de data:

8.3.1. Análisis de Tendencias y Propuestas

Se identificarán las tendencias actuales en la industria audiovisual, y a partir de estas se han seleccionado las características clave para el producto audiovisual, evaluadas según los criterios siguientes:

CATEGORÍA	OPCIONES
FORMATO	Horizontal, Vertical, Cuadrado, Rectangular, Mixto, Dinámico, Pantalla de Cine, Pantalla de televisión, BTL, Análogo.
RITMO	Acelerado, Lento, Mixto, Escenas pausadas, Escenas fijas, Fluidas, sin transiciones, con transiciones, según la música, método Squash y Stretch de Disney.
AUDIO / MUSICALIZACIÓN	We are Young - Janelle Monáe; Stay - Rihanna; The both reach for the gun - Chicago; Venom - Eminem; Me and the Devil - Soap&Skin; Little Dark Age - MGMT; My ordinary life - The Living Tombstone; Тоска - Molchat Doma; Murder Plot - Kordhell; Elefantes Rosas - Dumbo.
LOOK AND FEEL	Realista, Marvel, Anime, Cartoon, Acuarela, Manga, Semióntica, Cartoon antiguo, Minimalista, Pixelart.
SOPORTE	Teatro de sombras, Flipbook, Juego de toma de decisiones, Animación 2D, Animación 3D, Realidad Virtual, Libro interactivo, Film realista, App, Cortometraje animado.

Tabla 6

8.4. Análisis de data:

FORMATO		CALIDAD	COMPATIBILIDAD	INTERACTIVIDAD	PESO	USUARIO	CALIFICACIÓN FINAL
IDEA 1	HORIZONTAL	5	5	4	4	5	23
IDEA 2	VERTICAL	5	5	0	4	5	19
IDEA 3	CUADRADO	3	5	0	5	3	16
IDEA 4	**RECTANGULAR**	**4**	**5**	**3**	**5**	**3**	**20**
IDEA 5	**MIXTO**	**2**	**4**	**5**	**3**	**5**	**20**
IDEA 6	**DINÁMICO**	**5**	**5**	**2**	**3**	**5**	**20**
IDEA 7	PANTALLA DE CINE	5	0	2	0	2	9
IDEA 8	PANTALLA DE TELEVISIÓN	5	1	1	1	0	8
IDEA 9	BTL	3	0	0	0	1	4
IDEA 10	ANALÓGICO	4	2	5	1	1	13

Tabla 7

RITMO		TIEMPO	AFILIACIÓN	FLUIDEZ	PESO	USUARIO	CALIFICACIÓN FINAL
IDEA 1	ACELERADO	3	5	3	3	5	19
IDEA 2	LENTO	3	3	5	2	0	13
IDEA 3	**MIXTO**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**
IDEA 4	ESCENAS PAUSADAS	2	2	2	4	3	13
IDEA 5	ESCENAS FIJAS	2	0	0	5	2	9
IDEA 6	**FLUIDA**	**5**	**4**	**5**	**1**	**5**	**20**
IDEA 7	SIN TRANSICIONES	5	3	0	5	0	13
IDEA 8	CON TRANSICIONES	3	4	5	2	5	19
IDEA 9	**MUSICALIZACIÓN**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**
IDEA 10	SQUASH Y STRECH	4	4	5	2	2	17

Tabla 8

AUDIO		USUARIO	EMOCIÓN	RITMO	LETRA	DERECHOS	CALIFICACIÓN FINAL
IDEA 1	WE ARE YOUNG	2	2	3	5	5	17
IDEA 2	STAY	3	1	0	2	5	11
IDEA 3	**THEY BOTH REACH FOR THE GUN**	**5**	**5**	**5**	**3**	**5**	**23**
IDEA 4	**MURDER IN MY MIND**	**5**	**5**	**5**	**4**	**5**	**24**
IDEA 5	ME AND THE DEVIL	3	4	2	4	5	18
IDEA 6	**LITTLE DARK AGE**	**5**	**4**	**4**	**5**	**5**	**23**
IDEA 7	MY ORDINARY LIFE	5	2	5	4	5	21
IDEA 8	IN THE LAND OF FIRE	5	3	5	3	5	21
IDEA 9	**TOCKA- MOLCHAT DOMA**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**
IDEA 10	ELEFANTES ROSA	1	3	4	3	0	11

Tabla 9

LOOK AND FEEL		USUARIO	CROMÁTICA	EMOCIONAL	TEXTURA	HABILIDAD	CALIFICACIÓN FINAL
IDEA 1	**REALISTA**	**3**	**5**	**5**	**5**	**0**	**18**
IDEA 2	MARVEL	5	3	5	2	2	17
IDEA 3	**ANIME**	**5**	**3**	**5**	**3**	**5**	**21**
IDEA 4	CARTOON	3	3	3	0	3	12
IDEA 5	ACUARELA	2	1	2	5	5	15
IDEA 6	**MANGA**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**
IDEA 7	SEMIÓNTICA	3	0	0	0	5	8
IDEA 8	OLD CARTOON	3	4	5	0	5	17
IDEA 9	FIGURAS BÁSICAS	1	1	0	0	5	7
IDEA 10	PIXELART	2	2	1	0	5	10

Tabla 10

SOPORTE		USUARIO	ADAPTABILIDAD	INTERACTIVIDAD	ACCESIBILIDAD	HABILIDAD	CALIFICACIÓN FINAL
IDEA 1	SOMBRAS REALES	1	5	0	5	5	16
IDEA 2	FLIPBOOK	2	0	4	1	5	12
IDEA 3	JUEGO DE DESICIONES	5	0	5	3	0	13
IDEA 4	**ANIMACIÓN 2D**	**3**	**5**	**5**	**5**	**5**	**23**
IDEA 5	3D	5	5	0	5	0	15
IDEA 6	REALIDAD VIRTUAL	3	0	5	3	0	11
IDEA 7	LIBRO INTERACTIVO	0	0	5	2	2	9
IDEA 8	**FILM**	**5**	**5**	**3**	**5**	**5**	**23**
IDEA 9	APP	3	3	5	4	0	15
IDEA 10	**VIDEO PARA YOUTUBE**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**25**

Tabla 11

8.4. 1. Decisión final:

FORMATO	RITMO	AUDIO Y MUSICALIZACIÓN	LOOK AND FEEL	TIPO DE VIDEOS
Vertical	Dinámico y rápido	Canción de fondo: "Tocka" - Molchat Doma Pequeños audios de voz y efectos de sonido en eventos clave.	Manga, Blanco y Negro con ciertos elementos a color	Animación 2D con movimientos en capas

Tabla 12

Imágen 7

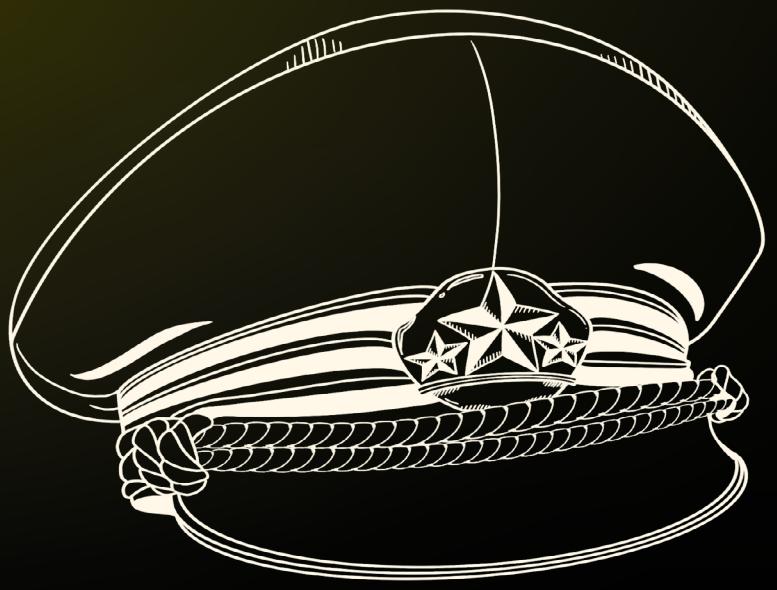
8. 5. Resultados y discusión:

8. 5. 1. Desarrollo de Storyboard

A partir de las ideas generadas y el análisis de tendencias, se creará un storyboard que representará secuencialmente las escenas del producto audiovisual. El producto final será una animación en formato vertical dividida en siete partes para TikTok y una versión con la historia completa para YouTube.

El ritmo de la animación será dinámico y rápido, con una combinación de una canción de fondo, pequeños audios de voz y efectos de sonido en eventos clave de la historia. El look and feel adoptará un estilo manga en blanco y negro, con ciertos elementos resaltados a color. La técnica de animación utilizada será 2D con movimientos en capas, garantizando fluidez y dinamismo en la narrativa visual.

El storyboard contará la historia de dos personajes en paralelo: un joven alcohólico y un soldado que va a la guerra. A lo largo de la animación, se mostrará cómo sus vidas toman caminos opuestos, destacando que el soldado muere con honores y rodeado del amor de su familia, amigos y pareja, mientras que el joven alcohólico fallece en el abandono, sin reconocimiento ni apoyo de sus seres queridos. Esta comparación busca resaltar las devastadoras consecuencias del alcoholismo y la diferencia en la percepción social de cada historia.



8.6. Conclusiones

La aplicación del método SCAMPER y el análisis de tendencias han permitido generar ideas innovadoras y alineadas con el público objetivo. El desarrollo del storyboard facilita la planificación del producto final, asegurando coherencia y atractivo visual. En particular, la comparación entre el joven alcohólico y el soldado en el storyboard refuerza el mensaje central de la animación, evidenciando las devastadoras consecuencias del alcoholismo frente al reconocimiento y honor que recibe el soldado. La elección de un estilo manga en blanco y negro con elementos a color, junto con una animación 2D en capas, permite transmitir de manera impactante y emotiva la historia, asegurando una conexión profunda con la audiencia.

CAPÍTULO 4

Diseño

9. Capítulo 4

9.1. Guión

9.1.1. Escena 1: La Despedida

- Universo 1 (Soldado): Amanecer. Un joven vestido con uniforme militar abraza a su madre y a su novia en la puerta de su casa. Su padre le da una palmada en el hombro, orgullo y temor en su mirada. "Cuídate, hijo". El joven asiente, toma su mochila y sube a un camión del ejército.

  Universo 2 (Joven): Atardecer. El mismo joven, vestido con ropa casual, salta por la ventana de su habitación. Su madre llama su nombre, preocupada. Él ignora su voz y corre hasta un carro donde sus amigos lo esperan para ir a una fiesta.

9.1.2. Escena 2: El Vínculo

Universo 1 (Soldado): En un campamento de entrenamiento, el joven entrena con dos amigos. Ríen, sudan y se ayudan mutuamente. Recibe una carta de su novia, quien le escribe cuánto lo extraña y que espera su regreso.

Universo 2 (Joven): En medio de la fiesta, el joven y sus amigos bailan y se divierten. Su novia le toma la mano. "Ya tomaste mucho", le dice con preocupación. Él la ignora y sigue bebiendo con sus amigos, dejando la copa de ella llena.

9.1.3. Escena 3: Destino

Universo 1 (Soldado): Noche. El joven y sus dos amigos suben a un camión militar rumbo al frente de batalla. Sus miradas reflejan nerviosismo. Uno de ellos dice: "Pase lo que pase, siempre juntos". El ambiente es tenso.

Universo 2 (Joven): Noche. Los mismos tres amigos salen tambaleándose de la fiesta. "Vamos, yo manejo", dice el protagonista, con voz pastosa. Suben al auto riendo, sin saber lo que les espera.

9.1.4. Escena 4: La Tragedia

Universo 1 (Soldado): Explosiones y disparos. Los amigos pelean juntos en una emboscada. De repente, un francotirador dispara. Uno cae. Luego el otro. El protagonista logra matar al francotirador con un grito, pero ya es tarde. Solo él sigue con vida.

Universo 2 (Joven): La carretera está borrosa. El auto se sale del camino. Impacto. Oscuridad. El joven abre los ojos en medio de los restos del vehículo. Sus amigos, inmóviles, no responden. Solo él sigue con vida.

9.1.5. Escena 5: Rechazo

Universo 1 (Soldado): Herido, pero victorioso, el joven recibe atención médica. En sus manos, otra carta de su novia y su familia: "Estamos orgullosos de ti, vuelve pronto". Lágrimas silenciosas ruedan por su rostro.

Universo 2 (Joven): Con la ropa sucia y el rostro demacrado, el joven llega a casa de sus padres buscando consuelo. Su padre le cierra la puerta en la cara. "¡No eres mi hijo!". Busca a su novia, pero ella, con los ojos llenos de lágrimas, lo deja solo. "No puedo perdonarte, terminamos".

9.1.6. Escena 6: Su Final

- Universo 1 (Soldado): Última batalla. El joven lucha con todo su esfuerzo. Un disparo lo alcanza. Sus fuerzas fallan. Cierra los ojos con una última sonrisa. Ha cumplido su misión.

- Universo 2 (Joven): Noche fría. El joven, sentado en un callejón, sostiene una botella vacía. Sus manos tiemblan. En un acto desesperado, toma una decisión fatal. La pantalla se oscurece.

9.1.7. Escena 7: Su Despedida

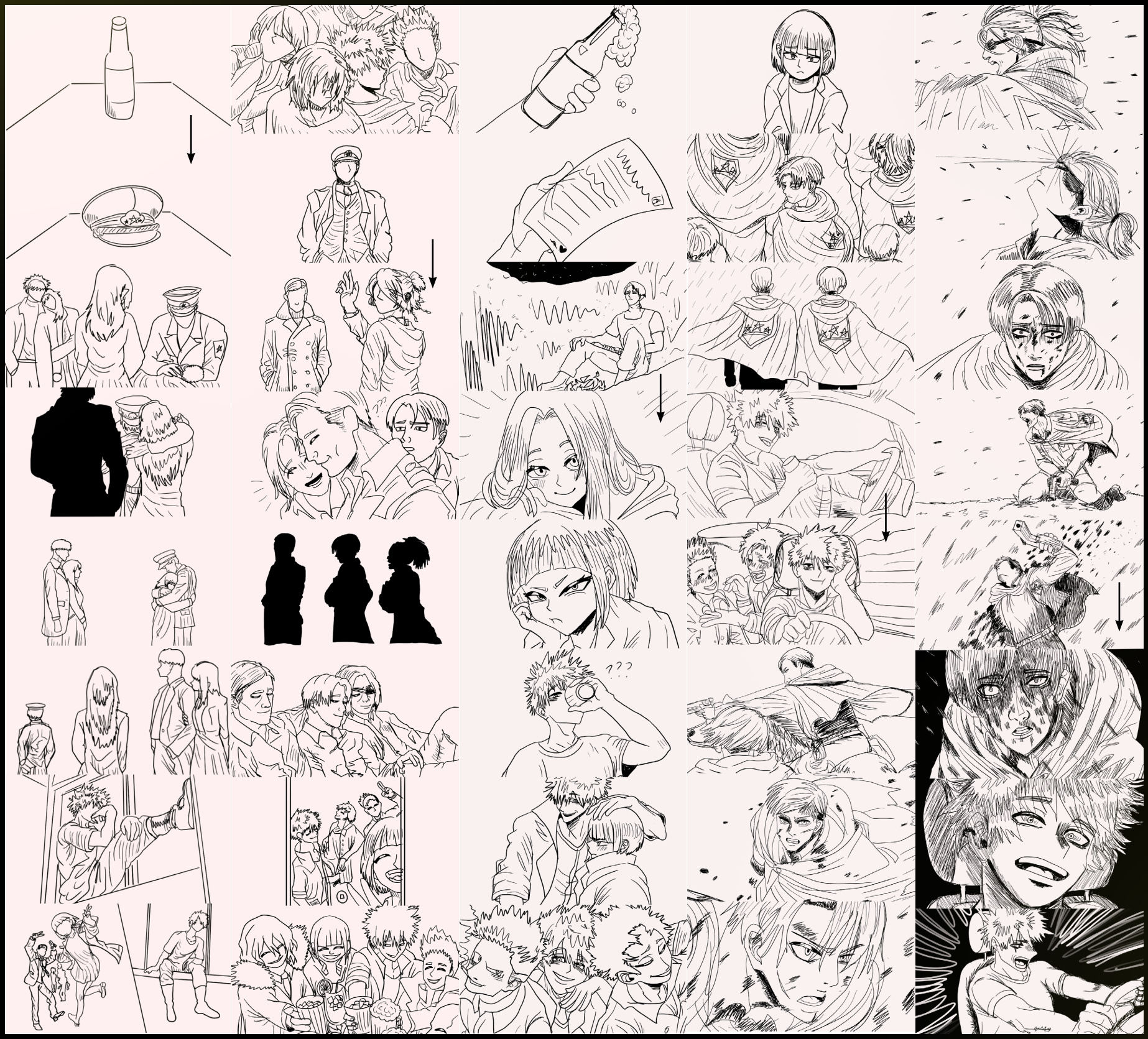
Universo 1 (Soldado): Funeral con honores. Su familia y su novia lloran. Un disparo al aire en su honor. Su nombre queda en la memoria de todos.

Universo 2 (Joven): Noticiero: "Joven se quita la vida tras accidente trágico". En la morgue, nadie reclama su cuerpo. Un destino olvidado.

9.1.8. Mensaje final:

"Las decisiones que tomas hoy pueden definir cómo serás recordado mañana. La historia siempre se repite. No eres el único. El alcohol solo acabará contigo."

9.2. Storyboard



Imágen 8

Imágen 9

Los personajes están inspirados en animes con bastante popularidad:

- Boku No Hero Academia
- Shingeki No Kyojin

Esto como forma de enganche, aunque no es necesario conocer del anime para entender la trama de la historia.

9.3. Diseño de personajes

9.3.1 Universo 1 (Soldado):

Edad: 18-19 años

Apariencia: Rostro firme y determinado, cabello corto y oscuro, mirada profunda con ojeras marcadas por el entrenamiento. Viste uniforme militar sencillo con detalles algo desgastados.

Personalidad: Valiente, leal, emocionalmente contenido pero sensible. Tiene un fuerte sentido del deber y un apego a su familia y su novia.

Motivación: Servir a su país, proteger a quienes ama y volver con orgullo.

Simbolismo: Representa la lucha externa e interna por un propósito mayor, el sacrificio y la dignidad en medio del dolor.

Imágen 10

9.3.2. Universo 2 (Joven):

Edad: 18-19 años

Apariencia: Rasgos más descuidados: cabello más largo y desordenado, ojeras oscuras por desvelo, ropa juvenil y urbana, a menudo manchada o arrugada.

Personalidad: Carismático pero impulsivo, inseguro detrás de una fachada relajada. Huye de sus emociones en lugar de enfrentarlas.

Motivación: Escapar de la presión, buscar aceptación y placer inmediato, pero sin dirección clara.

Simbolismo: Representa la autodestrucción, el abandono de sí mismo y las consecuencias de la negación emocional.

Imágen 11

9.4. El estilo Manga

El anime y el manga es altamente popular entre adolescentes y jóvenes adultos en Cuenca y en general en América Latina. Utilizar este estilo visual ayuda a generar empatía y captar la atención del público de manera más efectiva.

El manga se caracteriza por representar emociones de forma exagerada pero efectiva, lo que permite transmitir el sufrimiento, la presión social o los conflictos internos que conlleva el alcoholismo de manera impactante.

El estilo manga permite la mezcla de momentos dramáticos, introspectivos y simbólicos con elementos más ligeros si se quiere dosificar el mensaje sin ser completamente crudo.

La globalización ha popularizado el manga, facilitando su comprensión simbólica (planos, tramas emocionales, estilo de dibujo). Esto lo hace más accesible y menos "resistente" para los jóvenes frente a otros estilos más convencionales.

El manga se caracteriza por representar emociones de forma exagerada pero efectiva, lo que permite transmitir el sufrimiento, la presión social o los conflictos internos que conlleva el alcoholismo de manera impactante.

Imágen 12

9.5. Sistema gráfico

9.5.1. Diseño de personajes

Estética manga; ojos grandes y expresivos, líneas definidas y estilos de cabello distintivos.

Personalización simbólica; usar la ropa, postura, expresiones y cicatrices o sombras para reflejar la historia de cada personaje (ej. un joven con mirada apagada o temblor en las manos).

Arquetipos; puedes usar o subvertir arquetipos comunes como el "shōnen rebelde" o el "chico serio" para conectar rápidamente con el público.

9.5.2. Planos y encuadres

Primeros planos; para enfatizar emociones intensas.
Plano detalle; para mostrar elementos simbólicos (una botella, una lágrima, una herida).

Contrapicados y picados extremos; para representar poder o vulnerabilidad.

Cortes rápidos; para simular ansiedad, confusión o alucinaciones.

Secuencias simbólicas; jugar con planos surrealistas para representar los efectos del alcohol en la mente.

9.5.3. Retículas y composición

Retícula de viñetas flexible; el manga no usa una estructura fija como el cómic occidental, permitiendo jugar con formas que refuercen la narrativa (viñetas rotas, superposiciones).

Jerarquía visual; usar tamaño de viñeta y composición para marcar la intensidad narrativa.

9.5.4. Tipografía

Onomatopeyas; muy importantes en el manga para expresar sonidos (ej. gulp, bam, hic), pueden integrarse gráficamente en la escena.

Tipografía manual o estilo cómic japonés; para los diálogos, se recomienda algo similar a Wild Words o Anime Ace.

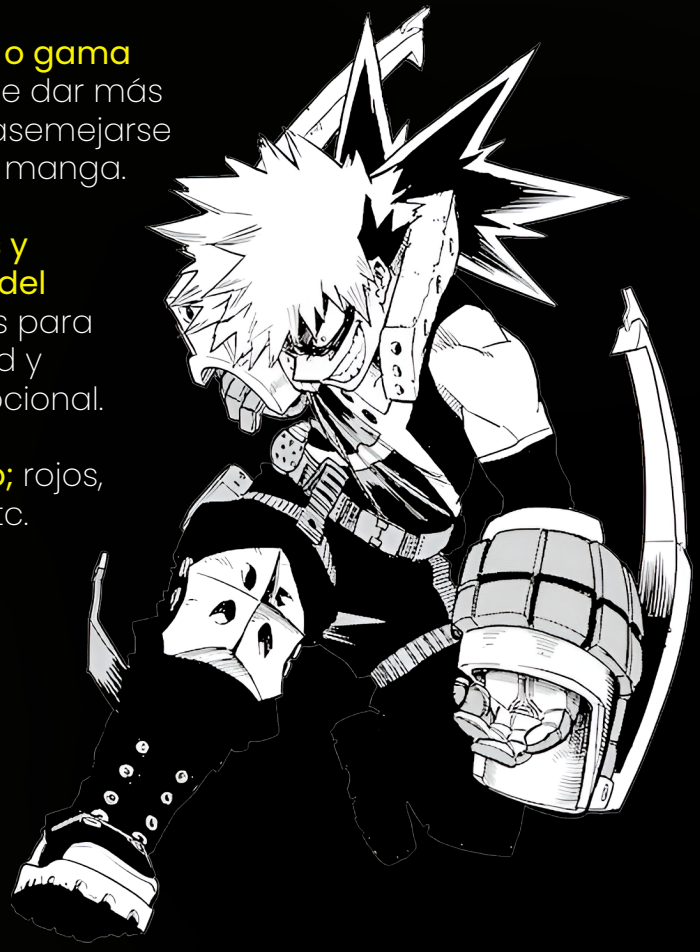
Uso narrativo; cambios de fuente o estilo (negrita, tamaño) para enfatizar gritos, susurros o pensamientos internos.

9.5.5. Estilo visual y paleta cromática

Blanco y negro o gama reducida; puede dar más dramatismo y asemejarse al estilo clásico manga.

Sombras duras y tramas típicas del manga; usadas para dar profundidad y atmósfera emocional.

Color simbólico; rojos, azules, grises, etc.



Imágen 13

9.6. Prototipo final

https://youtu.be/gDG_P_sBSzs

Imágen 14

Escanéa el **QR** para ver el resultado...

Imágen 15

9.7. Conclusiones

El uso del estilo manga en esta animación sobre el alcoholismo en Cuenca no es una elección meramente estética, sino una decisión estratégica y comunicacional. Este estilo conecta de manera directa con los jóvenes, el público objetivo principal, gracias a su popularidad, lenguaje visual reconocible y capacidad para transmitir emociones profundas. La expresividad característica del manga permite abordar temas complejos como el sufrimiento, la presión social y la pérdida de control con una fuerza narrativa única, generando empatía y reflexión.

Desde el diseño gráfico, el manga ofrece herramientas potentes: personajes altamente expresivos, composición dinámica mediante retículas flexibles, el uso simbólico de planos y encuadres, tipografías que complementan lo emocional y recursos visuales que intensifican la narrativa. Todo esto contribuye a una experiencia inmersiva y significativa que no solo informa, sino que también toca emocionalmente al espectador.

En definitiva, el estilo manga no solo aporta originalidad y atractivo visual al producto multimedia, sino que fortalece el mensaje, haciéndolo más persuasivo, accesible y emocionalmente impactante para los jóvenes cuencanos.

CONCLUSIÓN

General

10. Conclusión General

Este proyecto demostró que el diseño gráfico puede ser una herramienta muy útil para prevenir el consumo excesivo de alcohol en adolescentes, sobre todo en Cuenca, donde esta problemática ha crecido en los últimos años. A través de la investigación realizada, que incluyó revisión de documentos, entrevistas a profesionales de la salud y jóvenes con experiencia en alcoholismo, así como un análisis del público juvenil, se comprendieron mejor las causas que llevan a los adolescentes a consumir alcohol, como la presión de grupo, los problemas emocionales, la cultura y la influencia de redes sociales.

El diseño gráfico, en este caso aplicado mediante una animación, se usó como un medio para conectar con los jóvenes de forma visual y emocional. Se eligió este formato porque se adapta a sus hábitos de consumo digital y permite contar una historia que refleja su realidad. A través del uso de colores, música, personajes y escenas impactantes, se buscó generar una reflexión profunda sobre las consecuencias del alcoholismo. Este tipo de comunicación, basada en la empatía y no en el juicio, permitió que el mensaje fuera más claro y cercano para los adolescentes.

Además, el proceso de diseño se apoyó en la participación de los propios jóvenes, lo que ayudó a crear un producto más apropiado para su edad, gustos y forma de pensar. Esto mostró que para que un proyecto de concientización funcione, es necesario entender bien al público y construir los mensajes desde su propia experiencia. También se comprobó que el diseño gráfico no solo sirve para informar, sino que puede tocar emociones y provocar cambios de actitud cuando se utiliza de forma creativa y responsable.

En resumen, esta tesis dejó en claro que el diseño gráfico, si se basa en una buena investigación y tiene un objetivo social, puede influir de manera positiva en temas tan importantes como el alcoholismo juvenil. No se trata solo de hacer algo bonito, sino de crear un mensaje con sentido, que eduque, conecte y motive a los jóvenes a tomar decisiones más conscientes. Se sugiere que, en el futuro, se evalúe cómo este tipo de productos realmente impactan en el comportamiento de los adolescentes y que se sigan creando proyectos similares que combinan el diseño con la educación y la salud.

REFERENCIAS

Bibliográficas

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, E. (2022, mayo 20). "Game Over #SiBebesNoManejes", una campaña de Cervecería Nacional con el apoyo de la ANT que promueve el consumo responsable. Metro Ecuador. https://www.metroecuador.com.ec/comercial/2022/05/20/game-over-sibebesnomanejes-una-campana-de-cerveceria-nacional-con-el-apoyo-de-la-ant-que-promueve-el-consumo-responsable/

- Aguaded, J. I., & Carrero, J. S. (2013). El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual. AdComunica, 175-196. http://www.e-revistes.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5105

- Ahumada-Cortez, J. G., Gámez-Medina, M. E., & Valdez-Montero, C. (2017). El consumo de alcohol como problema de salud pública. Ra Ximhai, 13(2), 13-24. https://www.redalyc.org/pdf/461/46154510001.pdf

- Bueno, M., & Vásquez, A. (2021). Programa de prevención de consumo de alcohol en adolescentes de 12 a 16 años en la Unidad Educativa Latinoamericano. Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20510/1/UPS-CT009186.pdf

- Almansa, L. (2025, marzo 11). "Sin Pasarse", ganadora de la UMU para la campaña sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas. Cadena SER. https://cadenaser.com/murcia/2025/03/11/sin-pasarse-ganadora-de-la-umu-para-la-campana-sobre-el-consumo-responsable-de-bebidas-alcoholicas-radio-murcia/

- Cadena SER. (2025, enero 6). Los problemas de salud mental empiezan a aflorar entre menores cada vez más jóvenes. https://cadenaser.com/andalucia/2025/01/06/los-problemas-de-salud-mental-empiezan-a-aflorar-entre-menores-cada-vez-mas-jovenes-ser-malaga/?utm_source=chatgpt.com

- Carballo, J. L., Vila, M. M., Andújar, V. J., Sánchez, G. G., Espada, J. P., & Piqueras, J. A. (2013). Consumo excesivo de alcohol y rendimiento cognitivo en estudiantes de secundaria de la provincia de Alicante. Salud y drogas, 13(2), 157-163. https://www.redalyc.org/pdf/839/83929573008.pdf

- Espinoza, G. L. A. (2018). DISEÑO DE CARTELES PARA UNA CAMPAÑA ANTITABACO, DIRIGIDA A ADOLESCENTES DE 14 A 18 AÑOS, EN LA ZONA CENTRAL DE LA CIUDAD DE LA PAZ [Universidad Mayor de San Andrés]. http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/26422

- Estrella, F., & Rafael, C. (2014). Campaña de publicidad sobre la prevención del consumo de drogas en los colegios [Universidad del Azuay]. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3865

- Fad Juventud. (2012, enero 10). La FAD lanza una nueva campaña de sensibilización sobre el consumo de alcohol | Fad Juventud. Fad Juventud. https://fad.es/noticias/la-fad-lanza-una-nueva-campana-de-sensibilizacion-sobre-el-consumo-de-alcohol/

- Fad Juventud. (2013, mayo 13). La FAD lanza una nueva campaña sobre alcohol dirigida a jóvenes | Fad Juventud. Fad Juventud. https://fad.es/noticias/la-fad-lanza-una-nueva-campana-sobre-alcohol-dirigida-a-jovenes/

- FAS. (2018). Alcohol y Sociedad - Si eres menor, lo mejor es sacar Cero en alcohol. https://www.alcoholysociedad.org/publicaciones/descargas/guia-prevencion.pdf

- Garza Mireles, D. (2014). Animación digital y realidad virtual. Ciencia UANL, 17(67), 58-62. http://eprints.uanl.mx/6909/1/animaciondigital1767.pdf

- Delgado, H. B. M. (2024). Diseño de la interfaz de una aplicación móvil lúdica para concientizar sobre las consecuencias del consumo de alcohol en jóvenes de entre 15 a 17 años [Universidad de Cuenca]. https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/45028

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Recuperado de https://www.elcomercio.com/sociedad/consumo-alcohol-tabaco-adolescentes-sierra.html

- Thomas, F., & Johnston, O. (1981). The illusion of life: Disney animation. Walt Disney Productions. https://archive.org/details/TheIllusionOfLifeDisneyAnimation/page/n471/mode/2up

- Toscano-Alonso, M., Gómez, J. I. A., Salcedo, E. M. M., & Farias-Gaytán, S. C. (2022). Producción audiovisual universitaria: espacios de innovación docente en Iberoamérica. RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 25(1), 41-58.

- Lamarre, T. (2009). The anime machine: A media theory of animation. University of Minnesota Press. https://www.upress.umn.edu/book-division/books/the-anime-machine

- Manovich, L. (2001). The language of new media. MIT Press. https://mitpress.mit.edu/9780262632553/the-language-of-new-media/

- Marca Lima, (2021, noviembre 26). Producción Audiovisual: ¿qué es y cuáles son sus características?. https://marcalima.pe/produccion-audiovisual/que-es-produccion-audiovisual/

- Mayer, R. E. (2021). Multimedia learning (3rd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108894333

- Meneses, K., Cisneros, M. V., & Braganza, M. E. (2019). Análisis socioeconómico del consumo excesivo de alcohol en Ecuador. Revista Ciencias de la Salud, 17(2), 293-308. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-72732019000200293&script=sci_arttext

- Ministerio de Salud Pública. (2020, noviembre 15). MSP fomenta medidas de prevención para la población en el Día Internacional Sin Alcohol. https://www.salud.gob.ec/msp-fomenta-medidas-de-prevencion-para-la-poblacion-en-el-dia-internacional-sin-alcohol/

- Muñoz, M. M. S. (2010). PRESIÓN SOCIAL Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS ADOLESCENTES [Universidad de Cuenca]. https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2301/1/tps605.pdf

- Ocaña, J. (2025, January 9). 'Desmontando un elefante': menos no es más en una parca película sobre el alcoholismo. El País. https://elpais.com/cultura/2025-01-10/desmontando-un-elefante-menos-no-es-mas-en-una-parca-pelicula-sobre-el-alcoholismo.html

- Organización Mundial de la Salud, OMS. (2022). Reducir el consumo nocivo de alcohol. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/alcohol

- Radios Regionales. (2023, noviembre 14). "1412: Esto es sin juzgar": Lanzan campaña de apoyo ante consumo de alcohol y drogas. Radios Regionales. https://radiosregionales.cl/actualidad/salud/1412-esto-es-sin-juzgar-lanzan-campana-de-apoyo-ante-consumo-de-alcohol

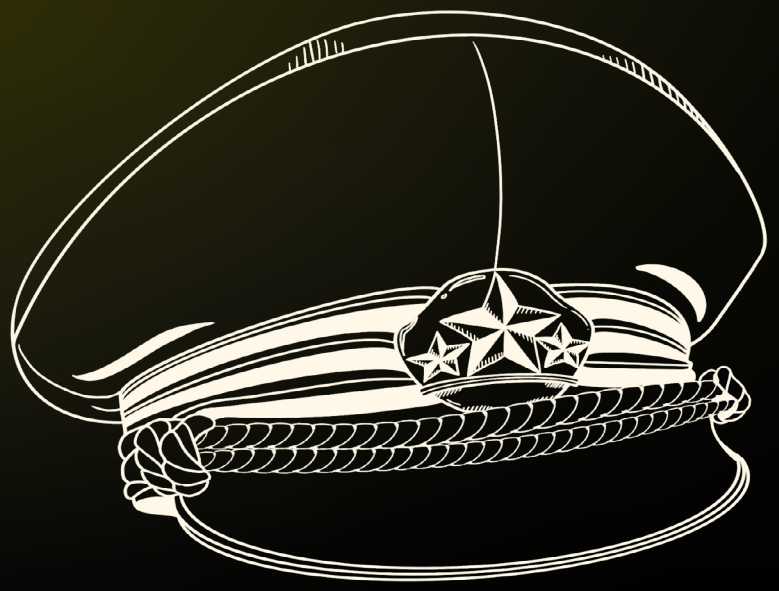
- Radio Zamora. (2024, December 3). Objetivo: concienciar sobre el peligro de consumir alcohol antes de conducir. Cadena SER. https://cadenaser.com/castillayleon/2024/12/03/objetivo-concienciar-sobre-el-peligro-de-consumir-alcohol-antes-de-conducir-radio-zamora/

- Romero, M., Jaramillo, J., & Morocho, M. (2019). PRESIÓN SOCIAL Y CONSUMO DE ALCOHOL EN LOS ADOLESCENTES [Universidad de Cuenca]. https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2301/1/tps605.pdf

- Saludadiario. (2023, junio 27). Campaña para prevenir sobre el consumo de alcohol en jóvenes. Saludadiario. https://www.saludadiario.es/salud-publica/este-verano-hazte-un-sin-la-campana-para-concienciar-a-los-jovenes-del-consumo-temprano-de-alcohol

- Suarez, W. A. (2023). El consumo de alcohol en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Luis Rogerio Gonzalez de la ciudad de Azogues [UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA]. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25718/4/UPS-CT010781.pdf

- Valcárcel, N. (2017). Esta creativa campaña demuestra que el alcoholismo no solo te daña a ti mismo - Mercado Negro. Mercado Negro. https://www.mercadonegro.pe/publicidad/campanas/esta-creativa-campana-demuestra-alcoholismo-no-solo-te-dana-ti/



La presente investigación abordó el creciente consumo de alcohol entre adolescentes de Cuenca, una problemática influenciada por factores sociales, emocionales y culturales que afectan su salud y desarrollo. Para ello, se diseñó una estrategia de concientización basada en el diseño gráfico, utilizando técnicas de animación, narrativa visual, entrevistas y análisis de usuarios, adaptadas a los medios digitales que consumen los jóvenes. Como solución, se desarrolló un producto multimedia animado, dirigido a provocar una reflexión emocional sobre las consecuencias del alcoholismo juvenil, generando impacto mediante recursos visuales dinámicos y una historia empática cercana a su realidad cotidiana.