



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

TEMA:

**DISEÑO MULTIMEDIA Y CINE DOCUMENTAL SOBRE ANIMALES DE
COMPAÑÍA EN SITUACIÓN DE ABANDONO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia.

Autor

Guano Riofrío Kevin Eduardo

Tutor

Mg. Ricardo Trujillo Espinosa

QUITO – ECUADOR

2019

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Kevin Eduardo Guano Riofrío, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“Diseño Multimedia y Cine Documental sobre Animales de Compañía en Situación de Abandono”**, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito del mes de Julio de 2019, firmo conforme:

Autor: Kevin Eduardo Guano Riofrío

Firma:

Número de Cédula: 171908592-8

Dirección: Pichincha, Quito, Cotacollao, Cdla. La Rumiñahui.

Correo Electrónico: kevedu0202@hotmail.com

Teléfono: 593 99 998 0718

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “DISEÑO MULTIMEDIA Y CINE DOCUMENTAL SOBRE ANIMALES DE COMPAÑÍA EN SITUACIÓN DE ABANDONO” presentado por Kevin Eduardo Guano Riofrío, para optar por el Título de Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, Julio del 2019

.....

Mg. Ricardo Trujillo Espinosa

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, Julio del 2019

.....
Kevin Eduardo Guano Riofrío
171908592-8

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: DISEÑO MULTIMEDIA Y CINE DOCUMENTAL SOBRE ANIMALES DE COMPAÑÍA EN SITUACIÓN DE ABANDONO, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Diseño Digital y Multimedia, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, Julio del 2019

.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

VOCAL

.....

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, a mi hermana y a mi hija que han sabido ser mi apoyo y aliento diario en todos los difíciles y buenos momentos de mi vida apoyándome y aconsejándome siempre para tomar las mejores decisiones.

*“Usted no tiene que ser grande al empezar,
pero tiene que empezar a ser grande”*

(Joe Sabah)

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, a mis padres y a mi hermana por todo el apoyo y motivación que me han dado para llegar a ser un profesional y no dejarme absorber por adversidades que en ocasiones pueden parecer grandes cuando en realidad son pequeñas si cuentas con tu familia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IX
ÍNDICE DE IMÁGENES	XII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIV
ABSTRACT	XV

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes:	2
1.3. Problema	3
1.3.1. Identificación del Problema	4
1.3.2. Valoración del Problema	4
1.3.3. Formulación del Problema.....	4
1.3.4. Definición del Problema	4
1.3.5. Delimitación del Problema	5
1.4. Justificación:	5
1.5. Objetivo General:	6
1.6. Objetivos Específicos:.....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1. El documental	7
2.2. Modos de Documental	8
2.2.1. Modo expositivo:	9
2.2.2. Modo participativo:	9
2.2.3. Modo Reflexivo:	10
2.3. Producción Audiovisual.....	11
2.3.1. Fases de la producción audiovisual	11
2.3.1.1. Preproducción	11
2.3.1.2. Producción	12
2.3.1.3. Postproducción	12
2.3.2. Elementos Audiovisuales(Birkitt Malcolm, 1992; Burian, 2004; Galer, 2002; Martín, 2015).....	12
2.3.2.1. Planos.....	12

2.3.2.2.	Ángulos.....	14
2.3.2.3.	Movimientos de cámara (Birkitt Malcolm, 1992; Burian, 2004; Galer, 2002; Martín, 2015).....	15
2.4.	Comunicación Visual y Diseño Multimedia	16
2.5.	Diseño Multimedia y Responsabilidad Social	17
2.6.	Abandono animal y responsabilidad social.....	18
2.7.	Psicología del color	20
2.8.	El color y las emociones	20
2.9.	Tipografía.....	21
CAPÍTULO III.....		23
METODOLOGÍA.....		23
2.1.	Investigación Documental y Bibliográfica.....	23
2.2.	Investigación de Campo	24
2.3.	Análisis Fílmico	24
2.4.	Grupo Focal:	26
CAPÍTULO IV		27
PROCESO DE DISEÑO		27
3.1.	El Trazo en el Diseño.....	27
3.2.	Tipografía.....	27
3.3.	Cromática	28
3.4.	Creación del Título.....	34
3.5.	Creación de la “Huella”	38
3.6.	Creación del “Ícono Casa”	39
3.7.	Creación del “Hueso”.....	40
3.8.	Creación de la “Barra Informativa”	41
3.9.	Propuesta de Difusión	42
CAPÍTULO V.....		43

INFORME TÉCNICO	43
4.1. Referencia	43
4.2. Grupo Objetivo	43
4.3. Desarrollo.....	44
4.4. Valoración.....	61
4.5. Conclusiones:.....	66
4.6. Recomendaciones:.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	68
ANEXOS	72

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 - Bocetos	34
Imagen 2 – Diseño “Letreo de madera”.....	35
Imagen 3 – Diseño perro.....	36
Imagen 4 – Diseño “plato”.....	36
Imagen 5 – Agrupación de elementos.....	37
Imagen 6 - Ilustración a color.....	37
Imagen 7 - Boceto Huella	38
Imagen 8 - Retícula.....	38
Imagen 9 - Retícula Ícono casa.....	39
Imagen 10 - Ilustración ícono casa a color	39
Imagen 11 - Retícula hueso	40
Imagen 12 - Ilustración hueso a color.....	40
Imagen 13 - Diseño Barra informativa	41
Imagen 14 - Barra informativa a color.....	41
Imagen 15 - Porcentajes de publicidad en YouTube	42
Imagen 16 – Presentación inicial, apertura.....	50
Imagen 17 – Presentación Tema con marco animado de huellas	50
Imagen 18 - Animación secuencial con gráficas combinadas	51
Imagen 19 - Panel de texto de Adobe Premier	51
Imagen 20 – Marco decorativo final.....	52
Imagen 21 – Frase de introducción como mensaje previo a la presentación del material obtenido	52
Imagen 22 – Frase de finalización de presentación	53
Imagen 23 – “Agradecimientos”.....	53

Imagen 24 – Diseño “Agradecimientos”	54
Imagen 25 – Ícono insertado durante la trayectoria del documental	54
Imagen 26 – Ampliación de imagen que proporciona el ícono informativo	55
Imagen 27 – Leyenda informativa	55
Imagen 28 - Leyendas informativas animadas	56
Imagen 29 – Panel de Capas de After Effects	56
Imagen 30 - Diseño "Créditos de Dirección y Producción"	57
Imagen 31 - Diseño "Créditos de Dirección de Cámaras"	57
Imagen 32 - Diseño "Créditos de Dirección de Equipos"	58
Imagen 33 - Diseño "Créditos de SoundTrack"	58
Imagen 34 – Panel de capas (superior) y animación (inferior).....	59
Imagen 35 – Diseño Logo de Producción.....	59
Imagen 36 – Cuadro de Render	60
Imagen 37 – Tiempo de Renderizado	60
Imagen 38 – Cuestionario hoja 1	62
Imagen 39 – Cuestionario hoja 2	63
Imagen 40 - Cuestionario hoja 3.....	63
Imagen 41 – Grupo focal	64
Imagen 42 – Presentación proyecto audiovisual a público diverso	64
Imagen 43 - Presentación en la página web de YouTube.....	67

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

TEMA: CINE DOCUMENTAL Y DISEÑO MULTIMEDIA

AUTOR: Kevin Eduardo Guano Riofrío

TUTOR: Mg. Ricardo Trujillo Espinosa

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es un producto audiovisual documental elaborado para dar conocer los puntos de vista de tres fundaciones (RUNA, Asociación Defensa de la Vida Animal, Lucky) y el Municipio de Quito, entorno a la situación de los animales abandonados, relaciona la responsabilidad social, da una apertura a sensibilizar sobre el tema en cuestión invitando a reflexionar sobre las actitudes que se tiene frente a estos casos de vulnerabilidad o rescate de animales. Explica su objetivo principal al elaborar un documental utilizando las herramientas digitales disponibles como la fotografía, la animación, el audio, el video entre otras; además de los diversos usos metodológicos con los que se puede tratar la información obtenida mediante la investigación basada en entrevistas. Los parámetros que otorga el Diseño Digital y Multimedia son herramientas para divulgar realidades que vienen presentándose desde tiempo atrás y avanzando hasta la actualidad; de esta forma, el proyecto determina de qué modo pueden relacionarse el Diseño Multimedia y la Responsabilidad Social, el alcance que se puede obtener ante el público objetivo al ser difundido y recomienda continuar con la interacción del diseño con la responsabilidad social.

PALABRAS CLAVE: Documental, responsabilidad, diseño, animales, abandono.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA

TEMA: CINE DOCUMENTAL Y DISEÑO MULTIMEDIA

AUTOR: Kevin Eduardo Guano Riofrío

TUTOR: Mg. Ricardo Trujillo Espinosa

ABSTRACT

The present project is an audiovisual medium which shows information about abandoned animals, social responsibility, gives an opening to raise sensitivity about the problems that currently exist and invites us to reflect on behaviors towards abandonment cases or animal rescue. It exposes the importance of the audiovisual medium to teach unknown or not socialized information to the viewer by a dynamic and attractive way, explains its main objective how to prepare a documentary using the digital tools available such as photography, animation, audio, etc.; in addition to the various methodological uses with the information gotten from multiples interview. Expresses the producer's idea about changing society thoughts. The parameters gave by the digital and multimedia design are supportive means to show the reality lived today; so, the project determines how Multimedia Design and Social Responsibility can be related, the range to be obtained with the people who is attending and recommends to continue making more interaction with design and social responsibility, as the ways to send messages directly to generate different emotions causing a variation in their thinking.

KEY WORDS: Documentary, responsibility, design, animals, abandonment.

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

El diseño es una disciplina útil y fundamental en la educación de una sociedad, ya que es capaz de transmitir mensajes que pueden ayudar a resolver diferentes tipos de problemas por medio de la comunicación visual.

Por medio de un producto audiovisual se pueden mostrar sucesos de diferentes épocas, explorar personas, situaciones reales y permite compartir información muchas veces desconocida por el receptor puesto que es una herramienta para difusión, dónde se exponen evidencias visuales que facilitan la comprensión de un tema y al final pueden o no modificar la idea sobre tal situación.

Utilizando el diseño, se contribuyó como una alternativa para difusión con un producto audiovisual documental sobre lo que hay detrás de las entidades que deciden dedicarse al rescate de animales en abandono, deseando generar una sensibilidad frente a este tema; que invite a reflexionar sobre las actitudes que se tienen frente a casos de abandono o rescate de animales, dando a conocer qué se debe hacer, qué se está generando (problema-solución), cómo se puede cambiar y mejorar al respecto.

Hoy en día es común observar un animal perdido en las calles de la ciudad, algunos con rasgos de torturas, otros con fracturas o heridas por accidentes de tránsito, los cuales en su mayoría terminan con sus vidas. La sociedad debe decidir de qué forma actúa y contribuye, independientemente del tema a tratarse, por lo que es importante que las personas conozcan y tengan información acerca de una realidad que va en aumento desde tiempos posteriores para así poder entender lo que sucede, por qué sucede y cómo se puede contribuir, a eso se lo conoce como responsabilidad social.

Así, la importancia de presentar un proyecto audiovisual sobre animales abandonados relacionado a la responsabilidad social se fomenta en que ayudar a los

animales no es una decisión sencilla; implica tener espacio, tiempo y dinero para poder brindar atención veterinaria (en la mayoría de los casos), vacunar, alimentar y cubrir sus necesidades. Mostrar al grupo objetivo lo que implica: tomar una decisión de salvar las vidas de los animales de compañía que sufren de abandono, maltrato, hambre, etc. Con todo esto, se pretende utilizar al diseño digital y multimedia para elaborar un documental que sirva de apoyo para divulgar la realidad de tres entidades colaboradoras tomando como medio de difusión la plataforma de YouTube, la misma que permite dar a conocer de forma fácil y asequible el tema propuesto con una proyección a la realización de campañas audiovisuales para difundir la información obtenida a la mayor cantidad de personas y sensibilizarla ante la problemática existente.

1.2. Antecedentes:

En el Ecuador existe poca información sobre documentales realizados acerca de la responsabilidad social hacia los animales, donde se explique el proceso y las situaciones que involucre rescatar a un animal abandonado. Lo cual impulsa a investigar y nace la idea de elaborar un documental como medio audiovisual que muestre al público todo lo que involucra tomar la decisión de rescatar a un animal en situación vulnerable, brindarle ayuda, las dificultades por las que pasan tanto las mascotas como las instituciones o personas que colaboran en esta difícil misión

Un documental sin fines de lucro, dirigido por Eduardo Ortiz y producido por Andrés Muñoz en septiembre del año 2015, aborda la problemática de los perros callejeros en la ciudad de Quito; analiza las causas y efectos del abandono y finaliza proponiendo ciertas soluciones a corto, mediano y largo plazo para acabar con este problema que envuelve a la sociedad en una dificultad de índole sanitaria, así como en los derechos de los animales.

Los estudios presentados por Pamela Palacios Jaramillo, en mayo del año 2014, exponen que el Ecuador se encuentra entre los países sudamericanos que registra un mayor número de maltrato a los animales, sin embargo, para algunas personas el abuso de los animales es un problema de menor o poca importancia. Este

comportamiento debería ser una de las principales preocupaciones éticas que enfrenta la sociedad en la actualidad, especialmente teniendo en cuenta que existe una relación significativa entre el abuso animal y el abuso humano.

Antes del año 2009, el Ministerio de Salud Pública era el organismo regulador de la población canina, sin embargo, en el mismo año se publicó el Reglamento de Tenencia y Manejo Responsable de Perros en el cual el Artículo 19, Capítulo V indica que: “Los Municipios trabajarán en forma coordinada con las entidades públicas y privadas en programas de control de perros callejeros y capacitación en tenencia responsable de mascotas (MSP-MAGAP, 2009). En el año 2010 se inician estrategias de esterilización de mascotas como mecanismos preventivos para reducir la población canina (Monroy, 2018).

En la actualidad existen varias entidades en Quito que intentan promover la idea de la adopción de mascotas, pero no cuentan con el suficiente apoyo del gobierno y son muy pocas las personas que se interesan tomando conciencia del problema sobre el maltrato y abandono de los animales, por la falta de difusión constante que explique lo conlleva abandonar y maltratar un animal, lo que hace que las entidades soliciten ayuda económica y productos audiovisuales para su difusión.

La responsabilidad social en Ecuador no es un tema tratado en los medios audiovisuales o televisión en general, de hecho, son pocos los documentales o la información disponible sobre responsabilidad social acerca de este tema, la mayoría se enfoca en lo empresarial. En un artículo publicado por la Revista Publicando de los autores Carlos Villacís, por parte de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo sobre un *Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador*, se destaca que la Responsabilidad Social está enfocada a considerar estrategias de gestión empresarial para el bienestar de sus grupos de interés utilizando como base el Humanismo, la Ética Empresarial y Ética Ecológica. (Villacís Laínez, Suarez Núñez, & Güillín Llanos, 2016)

1.3. Problema

1.3.1. Identificación del Problema

En la actualidad, existen varias entidades en Quito que se encargan de acoger animales en abandono e intentan promover la adopción de mascotas, el cuidado, tenencia de los mismos y de las diversas situaciones que padecen en la calle. Estas entidades buscan la manera de crear productos audiovisuales y difundir este tipo de información que involucra el rescate de un animal.

1.3.2. Valoración del Problema

La iniciativa de crear un producto audiovisual para dar a conocer el trabajo de las fundaciones con los animales en abandono, las principales ordenanzas por parte de las entidades reguladoras y de los procesos necesarios para adopción, surge de las mismas fundaciones y de la necesidad de generar insumos y herramientas la implementación de estrategias de difusión.

1.3.3. Formulación del Problema

¿Cómo mostrar las condiciones en las que trabajan algunas de las fundaciones de Quito dedicadas al rescate de animales en abandono mediante un corto documental que reflexione sobre los aspectos más importantes que forman parte de esta problemática?

1.3.4. Definición del Problema

Debido al crecimiento descontrolado de la fauna urbana desde hace varios años se han planteado soluciones que van desde métodos poco humanitarios que incluyen el exterminio y otros que buscan soluciones éticas como las campañas de esterilización y adopción permanentes. Por otro lado si se considera al documental como herramienta de cambio social se pueden mencionar varios en los que el género ha trasendido fuera de las salas de proyección generando impactos tanto de manera

local, como regional e incluso de manera global, como los polémicos largometrajes de Michael More, Spurlock y Al Gore.

1.3.5. Delimitación del Problema

Para difundir el proceso de rescate de un animal en situación de vulnerabilidad se creó un documental con contenidos que pueden ser observados en el proceso adecuado a seguir para retirar de la calle a un ser abandonado, generando un contenido que complemente la información existente en sus páginas web y redes sociales.

1.4. Justificación:

Para el presente proyecto, se escogió este tema por la falta de difusión de este tipo de información que complemente lo que involucra el rescatar animales de la calle, ya que la mayoría de las personas desconocen el proceso que realizan las entidades para rescatar, mantener y encontrarles un buen hogar. Además, el documental es un medio para expresar una idea, una situación o una realidad, abarca sucesos antiguos, presentes y futuros, lo que lo vuelve idóneo para el caso de responsabilidad social, ya que tiene como fin dar a conocer un suceso que muchas de las veces se viven a diario haciendo caso omiso y no se le da importancia. Por lo cual se tiene como objetivo mostrar que un animal rescatado implica gastos económicos en alimentación, salud, vivienda y sobre todo responsabilidad, dedicación y entrega, ya que los animales en la calle adquieren diversas enfermedades o heridas en sus cuerpos por varias causas, por lo cual, este documental tiene como fin utilizar los elementos del diseño digital y multimedia para divulgar una realidad que se vive día a día, y está presente en nuestro alrededor y que lamentablemente lo ignoramos.

1.5. Objetivo General:

Producir un audiovisual documental con el testimonio de actores involucrados en la problemática de animales en abandono y el aporte de la entidad reguladora del Distrito Metropolitano de Quito, con la finalidad de comunicar y difundir las actividades que las fundaciones realizan para ayudar y rescatar a un animal.

1.6. Objetivos Específicos:

- Elaborar un producto audiovisual empleando procesos y componentes del diseño.
- Validación del producto con público objetivo.
- Determinar la aceptación que tiene el documental como instrumento de cambio social.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. El documental

Bill Nichols habla acerca de la dificultad de situar al documental, como concepto y como práctica, dentro de un territorio fijo y descriptible, pues conlleva una gran cantidad de estilos y formas, así como también temas que aluden a un sinfín de posibilidades para llevarlo a cabo (Crist, 2001; Nichols, 2013).

Para poder entender en qué consiste el documental, Nichols plantea tres definiciones distintas, que parten desde el autor, desde el mismo texto, o desde el público. Para este trabajo de grado, se considera pertinente trabajar el documental desde la definición del texto. Siguiendo esta decisión, el autor dice que un documental se puede considerar como un género cinematográfico como los demás, donde, aunque parece no haber un estilo estandarizado, puede existir una estructura general, desde donde se puede partir para la realización documental (Piedras, 2014).

Una estructura paradigmática para el documental implicaría la exposición de una cuestión o problema, la presentación de los antecedentes del problema, seguida por un examen de su ámbito o complejidad actual, incluyendo a menudo más de una perspectiva o punto de vista. Esto llevaría a una sección de clausura en la que se introduce una solución o una vía hacia una solución (Nichols, 1997, p. 48).

Desde esta lógica, el documental por lo general se plantea como una tesis, que tratará de exponer y desarrollar una situación, para finalmente sugerir una idea final a manera de conclusión y de posibles futuras posibilidades. Para esto, es normal recurrir a diferentes formas de narración que den cuenta de la problemática que se está tratando; pueden ser en forma de entrevistas a personas que conozcan acerca del tema y que puedan dar un punto de vista válido para la comunidad; pero también puede ser a través de una voz en off, que podría ser como la de un narrador, que

posibilite la información que necesita el público para entender de qué va a tratar el documental (Gifreu, 2014).

Los documentales suelen invitar a aceptar como verdadero lo que los sujetos narran acerca de algo que ha ocurrido, aunque también es posible más de una perspectiva. En el documental, la narración de un suceso es la reivindicación de la historia. La restricción y la subjetividad rara vez se inmiscuyen como factores de complicación (Nichols, 1997, pp. 51-52).

Se habla, entonces, de narraciones acerca de situaciones que han ocurrido, pero que han ocurrido en el mundo y no en la mente de un guionista de cine de ficción. Es decir, que los temas y las narraciones que se llevan a cabo dentro del género documental son propios de situaciones reales, y tomados desde los puntos de vista reales de personas reales. Es decir, entonces, que el documental sirve como una ventana al mundo, a diferencia del cine de ficción que crea un mundo inventado. Sin embargo, esto no quiere decir que al ser el documental un género que retrata la realidad, deje de ser un texto construido por alguien (Arnaugi, 2014; Nichols, 2013).

Los documentales dirigen hacia el mundo, pero también siguen siendo textos. Por tanto, comparten todas las implicaciones concomitantes del estatus construido, formal e ideológicamente modulado, de la ficción. El documental se diferencia, sin embargo, en que nos pide que lo consideremos como una representación del mundo histórico en vez de como una semejanza o imitación del mismo (Nichols, 2013 pp.153).

2.2. Modos de Documental

Según Burton (1990), manifiesta que Bill Nichols toma como referencia la combinación de variables de estilos de filmación y prácticas materiales, ha clasificado al documental en cuatro modos básicos: el expositivo, el observacional, el participativo y el reflexivo añadiendo posteriormente la poética y la performativo

considerando su idea sobre que las nuevas modalidades transmiten una nueva perspectiva sobre la realidad (p. 21).

2.2.1. Modo expositivo:

El documental expositivo en sus orígenes contenía imágenes acompañadas por intertítulos a lo largo de la proyección del mismo para explicar su contenido. Hoy en día se utiliza la herramienta llamada “Voz en off o Voz de Dios” que no es más que una voz para la narración del contenido a lo largo del documental que va enfocada directamente al espectador (Gifreu, 2014; Nichols, 1997).

Para crear un documental expositivo además de utilizar voces e imágenes en movimiento, puede utilizar entrevistas, música de fondo que tenga como propósito acompañar la ilustración. Bill Nichols, uno de los críticos de cine más reconocido, afirma que este tipo de documental se enfoca más en la cuestión retórica que en buscar una estética. Su principal objetivo es mostrar las cosas como son, además el documentalista expositivo tiene una mayor libertad a la hora de seleccionar las imágenes y tomas realizadas, así como al momento de organizarlas en la edición, que el cineasta de ficción (Nichols, 2013).

Existen algunos ejemplos de documentales expositivos (Nichols, 2013) como: La serie *¿Por qué luchamos?*, *Victory at Sea* (1952-1953); *The City* (1939); *La sangre de los animales* (1949) y *Dead Birds* (1963); “*Nanook of the North*” de *Robert Flaherty*.

2.2.2. Modo participativo:

Existen algunos ejemplos de documentales (Nichols, 2013), como: La serie *¿Por qué luchamos?*, *Victory* El documental participativo es un tipo de relato visual no lineal donde el usuario tiene interacción directa en el material recopilado (audio, video, imagen). Se desarrollado en el cine etnográfico y en las teorías sociales de investigación participativa que muestra la relación entre el realizador y el sujeto

filmado. Está basado en tiempo real y la información obtenida es de carácter continuo haciendo referencia a imágenes que demuestran la validez de lo que se está presentando (Carrillo, 2007; Nichols, 2013; Weinrichter, 2009).

Introduce una sensación de una presencia e interacción directa del producto con su trabajo. El director se vuelve investigador ya que participa en la vida de los demás, ganando experiencia directa y profunda para proyectarla en su producto final. La interacción puede darse a través de la recopilación de la información con pueden ser las entrevistas (Nichols, 2013, pp.52-64).

2.2.3. Modo Reflexivo:

El documental reflexivo se puede considerar el más crítico de todos ya que cuestiona la objetividad y autenticidad de la documentación refuta la transparencia y supuesta verdad que puedan brindar las cámaras o aparatos subjetivos dirigidos y modificados desde la concepción de la idea hasta la entrega a la audiencia. El principal objetivo es mostrar las diferentes perspectivas que se pueden tener de un mismo hecho (verdades múltiples) para poder construir una nueva verdad (contar una historia dentro de historias). Así como el modo observacional del documental depende de la aparente ausencia del cineasta o de no intervenir en los sucesos registrados. Su énfasis es el encuentro entre realizador y sujeto siendo la última modalidad en aparecer en escena ya que muestra una actitud menos ingenua y más desconfiada con respecto a las posibilidades de comunicación y expresión que otras modalidades (Vertov, 1895).

Esta forma de representación más que hablar de la realidad tiene como objetivo brindar la oportunidad de concientizar al espectador. El documental no se considera como una ventana al mundo sino como una construcción o representación de este, procurando que el espectador tome una postura crítica frente a cualquier forma de representación. Nichols, en su obra de la introducción a documental, valora al modo reflexivo como la tipología más autoconsciente y autocrítica ya que este tipo de representación utiliza recursos de las diversas modalidades de documentales llevándolas al límite para captar y centrar la atención del espectador en el tema y

sobre el efecto que se pretenda lograr. Ejemplos: “Stories we tell” de Sarah Polley, “F for fake”(Arnaugi, 2014; Nichols, 1997; Weinrichter, 2009).

2.3. Producción Audiovisual

Del abanico de posibilidades para hacer comunicación alternativa y comunitaria, debe considerarse la que más se ajuste al contexto, social, cultural, político y económico del lugar. Sumado a esto, a través de un sondeo y reuniones constantes, con los sujetos involucrados, se debe llegar a un acuerdo sobre el medio alternativo que resulte más productivo a ser aplicado. Como se refirió anteriormente, la producción audiovisual y multimedia constituye una herramienta y medio importante para este propósito.

En cuanto a la producción audiovisual, esta debe buscar la representación más cercana a la realidad social. Como Medio Alternativo, parte del aporte activo y horizontal de los participantes, quienes tienen voz y voto en la toma de decisiones. Es necesario evitar la manipulación intencionada. Un verdadero audiovisual tiene que hablar en imágenes, dejar que ellas hablen por sí mismas. El texto tiene que ser solo apoyo, complemento de la imagen y no esta apoyo y complemento de aquel. Para hacer un audiovisual hay que pensar en imágenes (Kaplún, 1985, p.138).

2.3.1. Fases de la producción audiovisual

2.3.1.1. Preproducción

Es la primera etapa de toda realización audiovisual y tiene que ver con las actividades que se deben llevar a cabo antes de realizar una filmación, un trabajo de preproducción es fundamental para asegurar y determinar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto audiovisual y en lo posible evitar errores u olvidos durante las siguientes etapas. Al respecto, Berstein escribe, “Muchos productores consideran que la preproducción es la etapa más importante en la

producción de una película. Una película que ha sido preparada adecuadamente ahorra tiempo y dinero” (Berstein, 1993, p.18).

2.3.1.2. Producción

En la etapa de producción se ejecutan las actividades definidas en la fase anterior del trabajo. Si se realiza un buen trabajo de preproducción, no deberían presentarse mayores inconvenientes en esta etapa. Principalmente es la etapa en que se registran las imágenes y el sonido, recopilación del material a utilizar y su organización para la elaboración del producto, todo en función de lo estimado en el plan de preproducción. Jaime Barroso García dice de la Producción: “es el choque con la realidad, la confrontación de todos nuestros planes y previsiones. Es imprescindible estar abierto a cualquier alteración de los planes, modificación, supresión o incorporación no prevista como consecuencia de la realidad y su poder de sugestión” (Barroso; 1999, p.33).

2.3.1.3. Postproducción

En la etapa de postproducción se realizan las correcciones de color y se incluyen grafismos en movimiento y créditos si el vídeo lo requiere. Se arma el vídeo para la exportación, en la exportación se da las salidas necesarias al video dependiendo del medio al que va dirigido, teniendo diferentes requisitos en cuanto al formato, velocidad de reproducción, etc.,(Bordwell & Thompson, 2006; Galer, 2002).

2.3.2. Elementos Audiovisuales(Birkitt Malcolm, 1992; Burian, 2004; Galer, 2002; Martín, 2015)

2.3.2.1. Planos

El plano es la unidad filmica más importante del lenguaje audiovisual, se clasifica según la proximidad de la cámara al objetivo y lo que cubre de él según su proporción, los planos son los siguientes:

Plano General:	Presenta un espacio amplio en el cual se pueden distinguir bien los personajes y el entorno donde se desenvuelve la acción, de tal manera que también aporta un cierto valor narrativo.
Plano Entero:	Es un plano más próximo que puede tener como límites de la pantalla la cabeza y los pies del personaje principal, que se ve entero dando un valor narrativo, ya que muestra perfectamente la acción que desarrollan los personajes.
Plano Americano:	Es un plano medio ampliado que muestra los personajes desde la cabeza hasta las rodillas. En este plano lo que interesa sobre todo es mostrar la cara y las manos de los protagonistas; por lo tanto, tiene un valor narrativo y también un valor expresivo.
Plano Medio:	Presenta al personaje de cintura para arriba, la cámara se encuentra cerca de él, aportando un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje, pero no el ambiente que lo rodea.
Primer Plano:	Presenta la cara del personaje y su hombro, la cámara está muy cerca de los elementos que registra. Sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes.
Plano Detalle:	Muestra un objeto o una parte del personaje. La cámara está situada prácticamente sobre los elementos que registra. Puede aportar un valor descriptivo, un valor narrativo o un valor expresivo.

2.3.2.2. Ángulos

Existen diferentes formas en las que el operador de cámara puede conseguir diferentes ángulos, para esto no es necesario que la cámara esté fija, depende de la acción que ocurra al momento de realizar tomas (Birkitt Malcolm, 1992; Burian, 2004; Galer, 2002; Martín, 2015).

Ángulo Cenital	La cámara se sitúa en la vertical con respecto al suelo y la imagen que se obtiene otorga un campo de visión de arriba a abajo. Está situado encima del sujeto en la perpendicular al suelo y aumenta la sensación de inferioridad.
Ángulo Normal o Natural	Los ángulos de la cámara en el lenguaje audiovisual se realizan paralelo al suelo. La cámara se establece a la altura de los ojos del personaje y llena de estabilidad, naturalidad, y tranquilidad la escena.
Ángulo Picado	La cámara se coloca encima del sujeto u objeto, de forma que se observa desde arriba. Se realizan desde ángulos elevados por encima de la visión y hacia abajo.
Ángulo Contrapicado	La acción se recoge desde abajo, la cámara se coloca debajo y se toman desde los ángulos inferiores por debajo de la vista y hacia arriba.
Ángulo aéreo	La cámara graba la escena desde una altura elevada, como puede ser desde un helicóptero o avión, o desde encima de una montaña. Esto provoca que la escena se describa y se sitúe por si sola.

Ángulo Escorzo	El protagonista se encuentra de cara y el sujeto que escucha está de espaldas. Así se acentúa la posición del sujeto que lleva la acción en ese instante con la cámara situándose en 45 grados detrás del sujeto grabado.
Ángulo Dorsal	Desde este ángulo se puede ver lo mismo que ve el protagonista que se incluye también. Así se afianza el rol del espectador, que tiene un poder sobre el sujeto de la imagen, ya que puede verlo y este al espectador no.

2.3.2.3. Movimientos de cámara (Birkitt Malcolm, 1992; Burian, 2004; Galer, 2002; Martín, 2015)

Una imagen registrada por una cámara puede tener dos tipos de movimiento: el movimiento interno (cuando se mueven los personajes u objetos que están dentro del cuadro) y el movimiento externo (cuando lo que se mueve es la cámara) (Galer, 2002).

La relación de los personajes con el espacio al mover la cámara genera en el espectador distintas interpretaciones y sensaciones. Se refiere a los distintos movimientos que la cámara realiza al realizar una toma (Birkitt Malcolm, 1992).

a) Tipos de movimientos de cámara

- **Paneo:** Movimiento físico de la cámara sobre un eje de manera horizontal.
- **Tilt:** Movimiento físico de la cámara sobre un eje de manera vertical, siendo tilt Up si es de abajo hacia arriba y *tilt down* si es de arriba hacia abajo.
- **Traveling:** Movimiento físico de la cámara hacia atrás, adelante o hacia los lados, esta vez sobre una carretilla.

- **Zoom:** Movimiento óptico que resulta en el acercamiento o alejamiento de la imagen a través del movimiento de los lentes de la cámara, alternando la óptica del lente para lograr esto

b) Iluminación

La iluminación consiste en el manejo de luces y sombras sobre el objetivo para denotar u ocultar ciertas características del mismo, por esto la iluminación posee un valor expresivo y puede crear una atmósfera determinada que produzca diversas sensaciones. Esta se clasifica en:

- **Iluminación Suave:** que es una iluminación difusa que reduce los contrastes excesivos y permite apreciar bien los detalles a la sombra. Se puede conseguir compensando adecuadamente la iluminación principal (interior o exterior) con reflectores o focos de relleno.
- **Iluminación Dura:** O iluminación de claro y oscuro, es una iluminación direccional que sirve para destacar las formas y los contornos de las personas y los objetos. Produce un fuerte contraste. Se consigue utilizando una potente iluminación principal con una débil iluminación de relleno.

2.4. Comunicación Visual y Diseño Multimedia

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes. Este trabajo, más allá de la cosmética tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación (Camusso, Gastaldo, Marchetti, Menendez, & Provencal, 2012).

Una característica esencial del trabajo de diseñador está dada por la necesidad de mantener atención constante sobre una serie de niveles de variables

interrelacionadas. Estos niveles pueden esquematizarse en cinco categorías: comunicación, forma, economía, tecnología y logística. La comunicación es el área que da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y el objetivo de todo trabajo (Frascara, 2000; Munari, 2016).

2.5. Diseño Multimedia y Responsabilidad Social

A lo largo del tiempo se ha generado mucha polémica en cuanto a la formalización de un concepto que defina al diseño multimedia de una manera simple y concreta. Esta polémica siempre ha estado presente debido a que muchas personas conciben al diseñador multimedia como un “artista” sin marcar una línea entre un artista plástico y un artista gráfico, que ciertamente se puede decir que un diseñador es un artista debido a que trabaja en mundo creativo con ideas, imágenes y medios que lo implican así, pero con un objetivo diferente “Comunicar” (Munari, 2016).

El padre del término “diseño multimedia” fue el americano William Addison, un diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922. El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto. Su creación no debe ser solo estética si no también funcional mientras refleje o guíe el gusto de su época. Con lo anteriormente citado se concluye que el diseñador es un comunicador visual, en donde uno de sus principales objetivos es diseñar para comunicar y de esta forma hacer la vida del ser humano más práctica. Por lo tanto, se definirá al diseño multimedia como: “La creación de medios visuales o audiovisuales combinando texto y gráfico con el objetivo de transmitir o comunicar un mensaje específico a grupos determinados de personas” (Frascara, 2000).

Todas las profesiones tienen un papel importante en la sociedad en la que influyen de diversas formas y de alguna manera en el medio que se desenvuelven. Por lo que, si toda profesión cumple con el objetivo de llegar a las emociones de las personas en sus diversas circunstancias, el diseño como una profesión no se queda

atrás ya que cumple con un rol más extenso porque tiene el propósito de cambiar las emociones de las personas, producir intriga, tristeza, deseo, llanto, rechazo con tan solo una imagen o un spot publicitario, ya que es un medio de comunicación visual y auditivo (Candelaria Moreno de las Casas, 2014; Foro de Escuelas, 2006).

El diseño es una herramienta muy poderosa especialmente cuando se lo relaciona con una problemática social ya que tiene la misión de traducir un mensaje en una imagen para impartir una idea de forma efectiva si contiene la información adecuada, por lo que el diseñador al involucrarse con un tema de responsabilidad social debe primero conocer ampliamente el entorno en el que va a participar, debe adquirir información previa adicional a la que puede y debe obtener mediante cualquiera de las metodologías cualitativas o cuantitativas que puede escoger de acuerdo a la situación en la que esté trabajando (Foro de Escuelas, 2006; López Restrepo, 2018).

El propósito de la interacción del diseño con la responsabilidad social es que el realizador debe trabajar entendiendo el tema y el propósito que quiere cumplir, ya que, si no se involucra de manera adecuada la fusión de estos sistemas no funcionaría de manera correcta, porque sus mensajes o conceptos erróneos podrían enviar información equivocada a los espectadores.

Adicional a esto, el diseño tiene la oportunidad de seleccionar el grupo objetivo al que se quiere enfocar, para usar diversos métodos o interacciones que vayan acorde a esas edades.

2.6. Abandono animal y responsabilidad social

En la actualidad, el abandono animal es más notable, según reportajes, la Fundación Protección Animal Ecuador (PAE) data que alrededor de 10 animales son abandonados a diario en la Ciudad de Quito. A pesar que el Municipio realiza campañas de esterilización gratuitas, los seres humanos demuestran irresponsabilidad en la manutención de sus animales de compañía (Affinity, 2019; Monroy, 2018).

Existen varias organizaciones que brindan servicios para la adopción de animales de compañía que cuentan con páginas web que brindan información diversa y muestra casos reales de lo que se vive a diario en relación al tema. Parte de las múltiples justificaciones o razones de los propietarios, que por episodios de agresividad, falta de recursos para mantenerlos, cambios de domicilio, viajes, cosas como: “dañar un jardín, dañar los muebles, ensuciar” son comunes a la hora de justificar el abandono animal (Fernández, 2017; Hernández Guevara, 2018).

Las Instituciones que laboran en esta misión entablan nexos con distintas clínicas veterinarias en Quito para brindar atención que los animales requieren, pues siempre llegan a sus instalaciones animalitos atropellados, en la mayoría de los casos, y luego de un proceso de atención les buscan hogares siguiendo un proceso para obtener una mascota.

En la actualidad, según un reportaje del periódico, El Telégrafo, cada vez hay más organizaciones que buscan hogares para los animales desamparados. En el año 2017 se creó una página web denominada www.patiodemascotas.com que tiene como función ser el nexo entre las fundaciones y las personas que buscan adoptar. La página es de uso gratuito y las personas pueden subir fotos con los datos de las mascotas para buscarles un hogar; los interesados pueden ingresar y solicitar el perro o gato que deseen según la provincia, el tipo de mascota y el tamaño (Monroy, 2018).

En el año 2017, también se aprobó el Código Orgánico del Ambiente, que da disposiciones generales para el manejo responsable de la fauna urbana. El artículo 139 señala que: “La tenencia de animales conlleva la responsabilidad de velar por su bienestar, y su manejo deberá promover una relación armoniosa con los seres humanos”. El Código Integral Penal (COIP) sanciona el maltrato animal con 50 horas de trabajo comunitario y prisión por 30 días (Monroy, 2018).

2.7. Psicología del color

El color en el área del diseño es el medio más valioso para transmitir las sensaciones que el diseñador experimentó frente a la escena o motivo original. Usando el color con conocimiento de su naturaleza y efectos es posible expresar lo alegre o triste, lo luminoso o sombrío, lo tranquilo o lo exaltado (Heller, 2008; Moreno Mora, 2016).

El color, como cualquier otra técnica, debe dominar el arte de la armonización, evitar la monotonía en una combinación cromática, estimular la facultad del gusto selectivo y afirmar la sensibilidad (Heller, 2008, p.54).

La selección del color de basa considerar factores estáticos, psíquicos, culturales, sociales y económicos. El nivel intelectual, el gusto de la comunidad, la localización y el clima también influyen en la selección del esquema y así mismo la finalidad o propósito de cada pieza. Los colores del interior deben ser específicamente psicológicos, reposados o estimulantes porque el color influye sobre el espíritu y el cuerpo, sobre el carácter y el ánimo e incluso sobre los actos; el cambio de un esquema de color afecta simultáneamente al temperamento y en consecuencia al comportamiento (Moreno Mora, 2016).

2.8. El color y las emociones

El color es sensorial e individual, subjetivo por tanto la psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados, y atendiendo a las funciones de adaptación y oposición. Las funciones de adaptación desarrollan respuestas activas, vivaces, animadas e intensas; son estimulantes y excitantes. Por el contrario, las funciones de oposición sugieren respuestas pasivas, depresivas y débiles; son sedantes y tranquilizadoras. Estas reacciones emocionales ante la percepción del color contribuyen a sus significados primarios (Heller, 2008).

El color influye sobre el ser humano, y también la humanidad le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter

fisiológico y psicológico, generando impresiones y sensaciones de gran importancia pues, cada uno tiene una vibración determinada en la visión y la percepción (Moreno Mora, 2016).

Los colores pueden crear sensaciones térmicas de frío o de calor, generar impresiones de orden o desorden, identificar lo masculino y lo femenino, diferenciar lo natural y lo artificial, etc. El color, por tanto, no sólo es sensación, sino es emoción (Heller, 2008; Moreno Mora, 2016).

Un color puede parecer frío o caliente según la proporción de otros que lleve en su mezcla y también según los que tenga a su alrededor. Los colores cálidos producen el efecto de expansión, por lo que son salientes cuando contrastan con otros; avanzan hacia el observador. Por el contrario, los fríos absorben la luz, son entrantes y dan la impresión de alejamiento. Cuanto más rojo o amarillo es un color más tiende a salir, más llama la atención; cuanto más azul es, más parece que retrocede y se distancia. Los colores cálidos también proporcionan la impresión de mayor tamaño, debido precisamente a su efecto expansivo, se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes, mientras que los fríos dan lugar a que las superficies se vean más pequeñas, son considerados tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes. Cuando se pasa de tonalidades frías a cálida, la impresión que se produce es de apertura, e incluso de alargamiento. Sin embargo, cuando se da el efecto contrario parece que las formas se encogieran y se redujeran sobre sí mismas. Estas determinaciones pueden ser subjetivas y de interpretación personal (Moreno Mora, 2016).

2.9. Tipografía

Gavin Ambrose y Paul Harris (2005) definen a la tipografía, como el medio por el que se da una forma visual a una idea escrita. La forma visual afecta a la legibilidad de la idea escrita, así como a la sensación que despierta en el lector. El éxito de una obra tipográfica, se mide con la fuerza del concepto que subyace y de las ideas visuales, así como la coherencia con que se ejecutan ambas partes (Álvarez, 2016).

En cambio, James Fellici, (Citado en: Ambrose - Harris, Tipografía, 2005), explica a la tipografía, como un conjunto de caracteres, letras, números, símbolos, etc., que tienen el mismo diseño distintivo. Christian Le Comte (2004) acuerda, recomendando que antes de realizar cualquier trabajo se busque una familia tipográfica completa. Vale decir que tenga variables como forma, orientación, valor y ancho (Aharonov, 2011).

En la Cátedra Fontana (1996) se define a la tipografía como la probidad del diseño, y vehículo para experimentar metodologías y procesos. Según Joan Costa y Daniel Raposo (2008) la letra es el resultado y objeto de la cultura humana, nacida del pensamiento abstracto y de la imaginación simbólica. La letra como signo es un medio de afirmación personal de ideas (Lamónaca, 2011).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El presente trabajo se basa en la investigación cualitativa que es el estudio del comportamiento humano comprendiendo las razones que lo presiden. La información de este estudio es esencial cuando es aplicada a la investigación pues muestra la realidad del problema y a la vez sus posibles causas (Icart-Isern, 2008).

El presente trabajo pudo analizar el impacto del documental en los participantes tanto en la elaboración como en la proyección final del producto. Los elementos que se utilizaron para realizar la metodología en el documental “Huellas de vida” son:

2.1. Investigación Documental y Bibliográfica

La información necesaria fue recolectada de libros, publicaciones web y lo que respalda el proyecto en sus diversas áreas como son el diseño multimedia, el documental y la responsabilidad social en animales de abandono de donde se obtuvo información para la creación de los bancos de preguntas que guiaron las entrevistas a las diferentes Instituciones participantes además de los procesos que se debían seguir al momento de la filmación como:(Jesús Ferrer, 2010)

- Tipo de encuadres
- Preparación de audio en interiores y exteriores
- Manejo de iluminación
- Tipos de documental utilizados

El diseño bibliográfico se fundamenta en la revisión rigurosa y profunda del material que provee datos de cualquier clase que sirven como conocimiento previo y sustentable. “Cuando se opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona y analiza, obteniendo así información previa

del tema que está intentando presentar o resolver antes de llegar a los medios o instituciones que proporcionaran la información final para armar cualquier medio de publicación o difusión”(Stracuzzi & Martins, 2006). Siendo, la recolección de datos es indispensable ya que se obtiene información pertinente, y así poder desarrollar un trabajo adecuado mediante unos parámetros preestablecidos antes de realizar un producto final (Santa Palella, Feliberto Martins, 2010).

2.2. Investigación de Campo

El proyecto fue realizado en base a una investigación de campo el cual, facilitó la obtención de información necesaria y pertinente en función de entrevistas efectuadas a las entidades colaboradoras. Durante las visitas a los refugios se evidenciaron e identificaron diferentes factores que conforman la problemática para posteriormente analizarlos y exponerlos al público (Jesús Ferrer, 2010).

2.3. Análisis Fílmico

FICHA TÉCNICA

Título	Entrevista a Bill Nichols en la UC3M
Autor	Universidad Carlos III de Madrid
Año	2017
Duración	9:14
Dirección	https://www.youtube.com/watch?v=NriIZYZj6FQ
Descripción: en la entrevista que realizan a Bill Nichols habla de cómo el documental se relaciona con aspectos de la vida real, dejando a un lado la ficción y se lo puede clasificar en los distintos modos que el plantea en sus libros. De este video se obtuvo información relacionada sobre cómo utilizar el documental, también se observó los planos referentes a cada aspecto de contar una historia, en la entrevista utilizan grabaciones en primer plano con tomas intercaladas de acuerdo a lo que se está mencionando, para hacer referencia a las	

emociones de las personas utilizan tomas en primer plano y primerísimo primer plano.

FICHA TÉCNICA

Título	Yo perro, Documental de los perros en la calle
Autor	Caro Gustavo
Año	2010
Duración	15:09
Dirección	https://www.youtube.com/watch?v=sa4Yb7Xl-o0
Descripción:	es un documental de observación que muestra la situación de los perros en las calles de Argentina, mostrando como son ignorados por las personas día a día, existen entrevistas respecto de cómo viven los animales callejeros, estas entrevistas son realizadas en plano general para distinguir y apreciar a los animales y la persona entrevistada, adicional las tomas más utilizadas son en primer plano y plano medio para mostrar lo que observa un animal cuando está caminando o esta acostado entre la multitud.

FICHA TÉCNICA

Título	Sin comer, sin amor, sin nada
Autor	Gustavo González, Aridna Méndez
Año	2016
Duración	14:44
Dirección	https://www.youtube.com/watch?v=ZZ-M1tpsypU
Descripción:	este documental habla sobre el abandono y maltrato animal, que en México tienen leyes que no sirven ni protegen a los animales, explican de cómo controlar la sobrepoblación mediante la esterilización y fomentan la adopción animal.

En este documental utilizan la voz en off, combinado con tomas de los animales en ángulo contrapicado, plano detalle de las miradas y narices de perros en la calle, para las entrevistas utilizan planos medio con diferente ubicación de cámaras.

2.4. Grupo Focal:

Se conformó un grupo focal como técnica cualitativa de estudio para obtener distintas opiniones tanto de profesionales en el área de diseño, video y público interesado, el cual estuvo estructurado y planificado del modo que asistan 20 personas como mínimo divididos en dos subgrupos:

- a) Público general (personas con interés común sobre la información que brinda el video)
- b) Público especialista (personas invitadas con conocimientos relacionados a diseño, audiovisuales, multimedia)

Se mostró el producto final para que el público lo visualice y analice, previa una introducción descriptiva por parte del productor (moderador) acerca de lo que trata “*Huellas de vida*”, un documental sobre lo que hay detrás de las entidades que deciden dedicarse al rescate de animales en abandono; lo que implica tomar una decisión de salvar las vidas de los animales de compañía que sufren, maltrato, hambre, falta de abrigo y hogar, etc.

Al finalizar, se indicó a la audiencia que se les repartiría un cuestionario preparado en base a lo visualizado, el cual estaba seccionado en tres partes:

- a) Contenido
- b) Aspecto técnico
- c) Reflexión

Cada parte dirigida al conocimiento propio de cada persona asistente, siendo así que, el aspecto técnico tiene relevancia para profesionales relacionados al tema de audiovisuales y con la apertura que el público en general que no tenga relación pueda ignorarlo si deseara.

CAPÍTULO IV

PROCESO DE DISEÑO

El diseño es el conjunto de planteamientos y acciones necesarias para llevar a cabo y hacer realidad una estrategia. En términos simples, el diseño corresponde a una de las fases previas a tomar en cuenta desde antes de la realización del producto (Frascara, 2000).

3.1. El Trazo en el Diseño

La línea es sin duda la más utilizada de todas las formas geográficas. Se podría obtener muchos significados psicológicos, pero empecemos por los más comunes. Suele significar unión, cooperación, acercamiento y suavidad, pero si se cambia de dirección, también cambia su significado. Si es una línea curva tendrá un significado de movimiento y amistad, si es vertical buscará evocar balance, equilibrio y eficiencia. Por otra parte, si es horizontal representará silencio y confianza. Por último, si es diagonal representará dinamismo y alteración (Foro de Escuelas, 2006).

3.2. Tipografía

Para la selección de la familia tipográfica se realizó una previa investigación sobre los tipos de tipografía para identificar su correcto uso y la relación con el tema en cuestión; la misma debe aportar uniformidad y armonía al producto a realizar por lo que, se utilizó la familia tipográfica “Museo” en todas tus presentaciones que es la combinación de dos estilos tipográficos “*Serif*” y “*San Serif*” donde se combina el estilo de “*palo seco*” con el estilo “*romano*” donde se da “*serifas*” al estilo redondeado creando una línea imaginaria bajo el texto que ayuda a guiar al ojo para una rápida lectura. Esta tipografía es utilizada en diversos productos relacionados al tema como: “Perros Callejeros” (Chumil Carlos, 2016), “La. Ruta del Abandono” (Medina Miguel, 2014).

Museo 300

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Museo 500

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Museo 700

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

3.3. Cromática

Cada color transmite emociones y cuenta con la capacidad de contar historias. Una vez realizado un estudio previo acerca de la psicología del color se determinaron los colores a utilizarse en la producción del video basándose en su significado (Moreno Mora, 2016).

Para la creación de las “huellitas” y las “barras informativas” se usó una combinación en degradado de los siguientes colores:

- Para las "Huellas":

a) Verde

Es un color que se utiliza como sedante. Simboliza: esperanza, estabilidad, fecundidad, lo que ha de venir. Representa: equilibrio, ayuda a sentir tranquilidad y serenidad. Se usa en casos de insomnio, fatiga, jaquecas, excitabilidad nerviosa ya que disminuye la presión sanguínea y baja el ritmo cardíaco. También puede significar locura.

b) Azul

Pertenece a la gama de los colores fríos, pero es un color que transmite serenidad, confianza, calma y tranquilidad, eso sí una sobreexposición al mismo puede conllevar a estados de tristeza, melancolía, depresión y fatiga. Normalmente se aconseja que se combine con colores cálidos para encontrar el equilibrio emocional.

c) Violeta

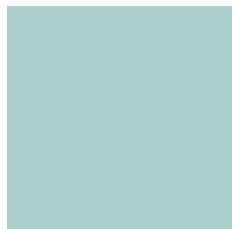
Se identifica con la pasión, y tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. También con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le relaciona con la realeza y la dignidad, así como la melancolía y la delicadez.



C2DBD2

R: 194 G: 219 B: 210

C: 33,33% M: 0% Y: 22.35% K: 0%



B5CDC9

R: 181 G: 205 B: 201

C: 38,04% M: 7,45% Y: 23,92% K: 0%

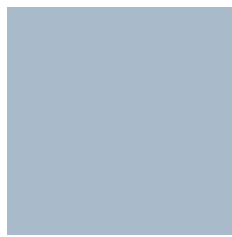
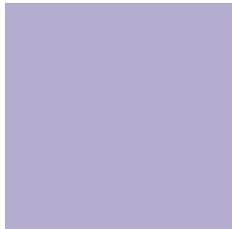


ABB8C8

R: 171 G: 184 B: 200

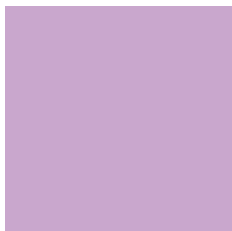
C: 39,61% M: 21,18% Y: 16,47% K: 0%



AFAAC8

R: 175 G: 170 B: 200

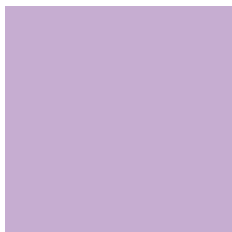
C: 34,51% M: 34,51% Y: 7,06% K: 0%



BDA4C9

R: 189 G: 164 B: 201

C: 23,92% M: 43,14% Y: 0% K: 0%



BEABCE

R: 190 G: 171 B: 206

C: 25,1% M: 38,82% Y: 0,78% K: 0%

Se uso estos colores para mostrar esperanza, vulnerabilidad y tristeza, adicional se disminuyó la opacidad al 90% para seguir teniendo el foco de atención en la toma de la mirada del perro que sale de fondo.

- Para los "**Íconos**":

Para la sección de los iconos se utilizaron colores cálidos como:

a) Amarillo

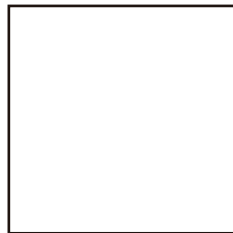
Este color se asocia a la sabiduría por este motivo se le uso como el color de fondo que abarca el icono que presenta información respecto a las ordenanzas, sus ubicaciones y el nombre del procedimiento médico presenciada.

b) Rojo

Se asocia a la estimulación, pasión, fuerza, revolución, amor y peligro. En este caso, se seleccionó este color para el techo del icono de la casa que muestra la aparición de las imágenes proporcionadas por el Municipio de Quito, porque en base a su significado denota apego, protección y cariño. Ejerce una influencia fuerte sobre el estado de ánimo de una manera positiva.

c) Blanco

Denota confianza, representa a la alegría, la pureza y la paz. Se asocia a la inocencia y al amor puro.



FFFFFFFF

R: 255 G: 255 B: 255

C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%



C12A29

R: 193 G: 42 B: 41

C: 0% M: 97,25% Y: 88,63% K: 0%



E6BF40

R: 230 G: 191 B: 64

C: 3,53% M: 28,24% Y: 89,8% K: 0%

Se uso estos colores para mostrar sabiduría y la pasión por el tema tratado, además de que demuestra seguridad y protección para los animales.

- Para el "Título":

Se uso la siguiente cromática para la creación de los elementos del título.



E8BC7A

R: 232 G: 188 B: 122

C: 13,12% M: 31,6% Y: 59,37% K: 0%



B68444

R: 182 G: 132 B: 68

C: 35,97% M: 53,4% Y: 82,9% K: 0,04%



C49456

R: 196 G: 148 B: 86

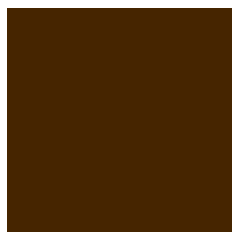
C: 29,7% M: 46,43% Y: 75,21% K: 0%



612E05

R: 97 G: 46 B: 5

C: 54,69% M: 87,67% Y: 100% K: 38,85%



462500

R: 70 G: 37 B: 0

C: 64,87% M: 85,69% Y: 98,55% K: 52,2%



008CBA

R: 0 G: 140 B: 186

C: 84,82% M: 34,58% Y: 19,69% K: 0%



2BB4E7

R: 43 G: 180 B: 231

C: 76,62% M: 12,4% Y: 7,4% K: 0%



F39627

R: 243 G: 150 B: 39

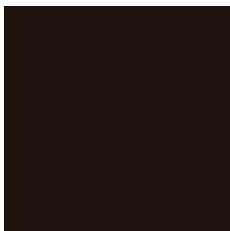
C: 5,08% M: 53,12% Y: 88,89% K: 0%



AD5A61

R: 173 G: 90 B: 97

C: 38,16% M: 79,84% Y: 57,19% K: 0,58%



1E120D

R: 30 G: 18 B: 13

C: 78,38% M: 84,07% Y: 77,92% K: 70,13%

3.4. Creación del Título

a) Bocetos

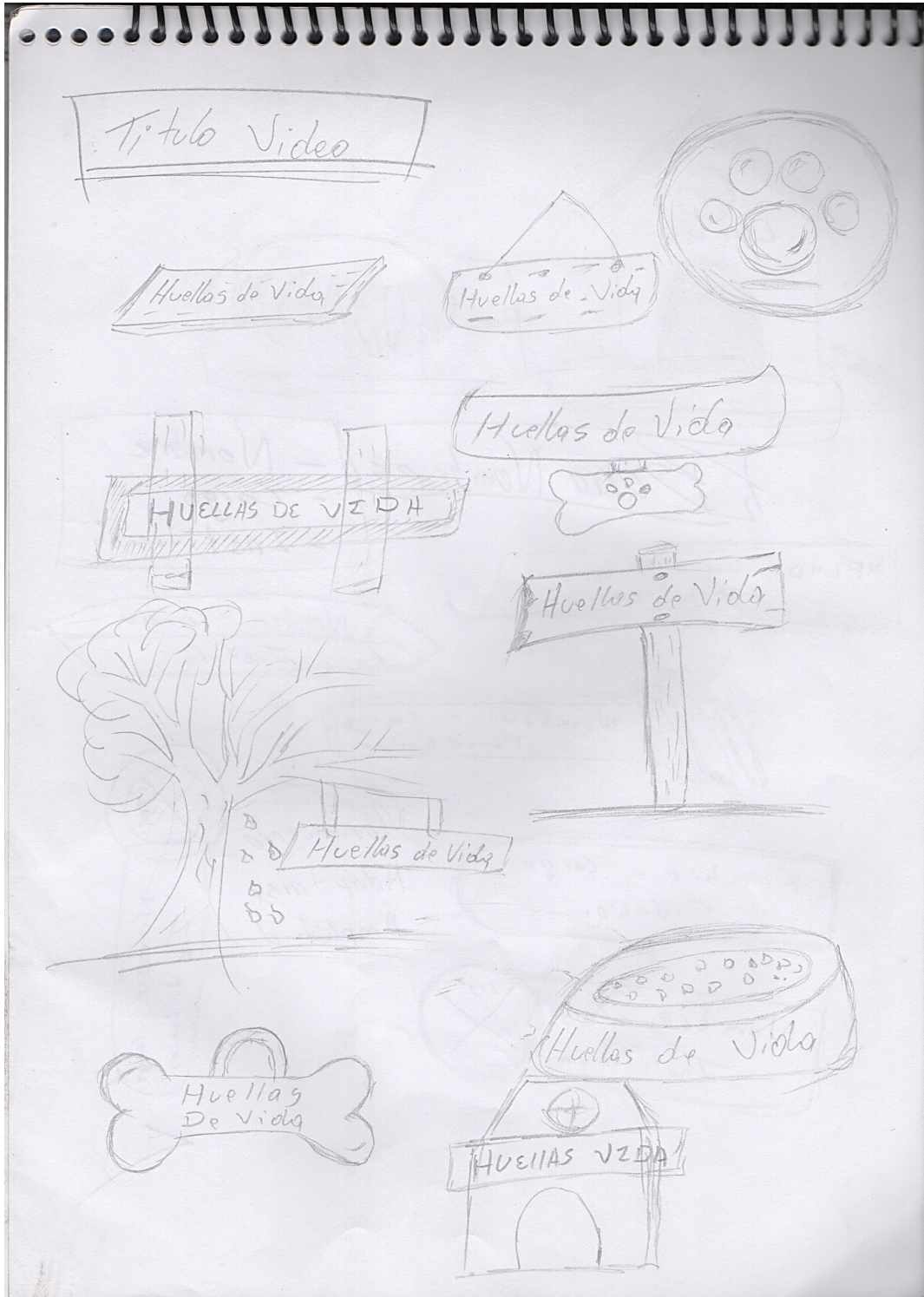


Imagen 1 - Bocetos

Para la creación del título del video se buscó objetos que tengan relación con diversas emociones como:

- La madera que representa calidez y la tranquilidad.

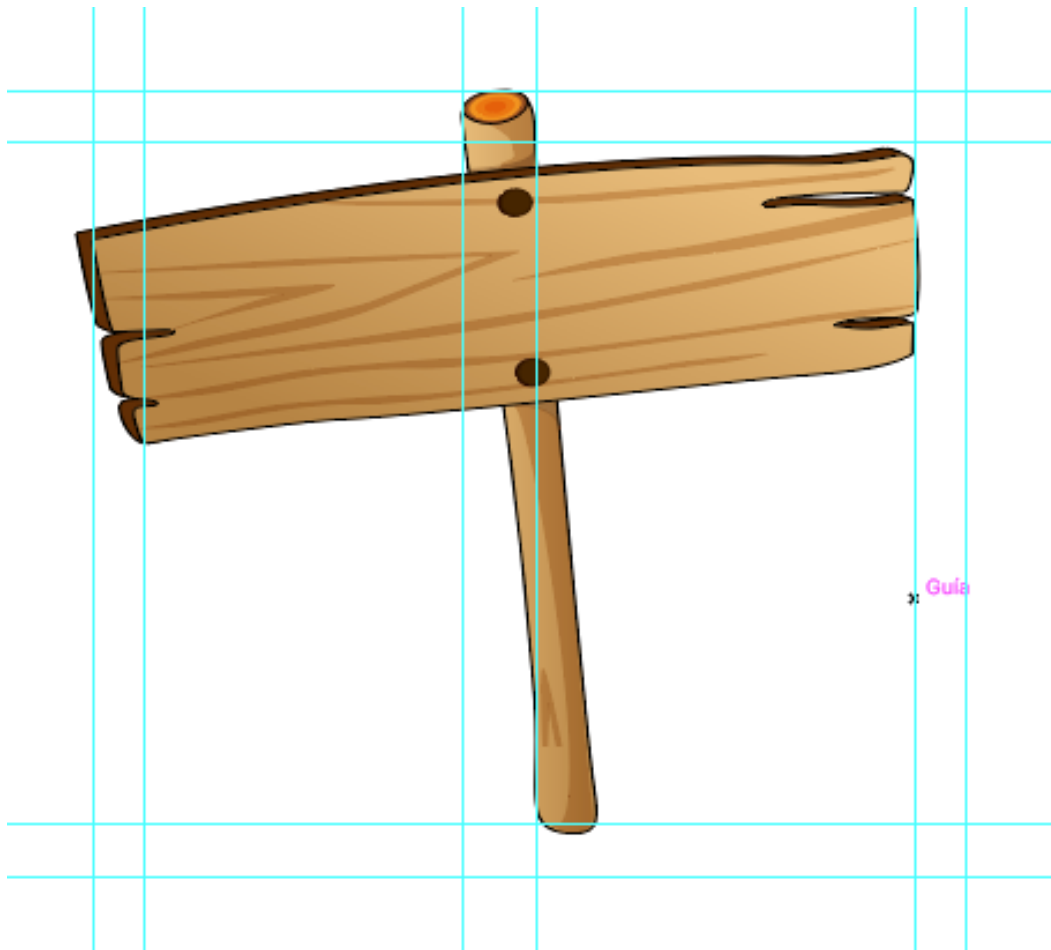


Imagen 2 – Diseño “Letreo de madera”

- Un perro viendo al cielo ya que la mirada hacia arriba es un símbolo de esperanza, deseo e ilusión.

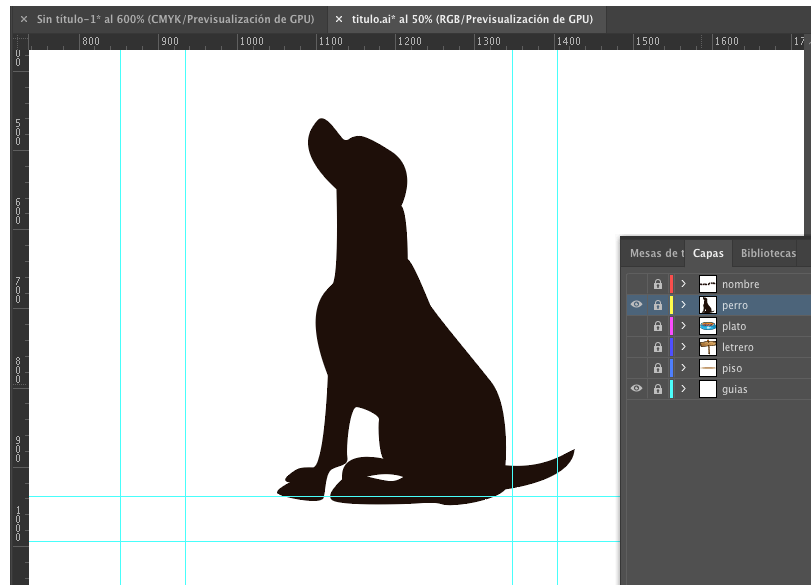


Imagen 3 – Diseño perro

- Un platón de comida como símbolo de una las principales necesidades que tienen los animales abandonados.

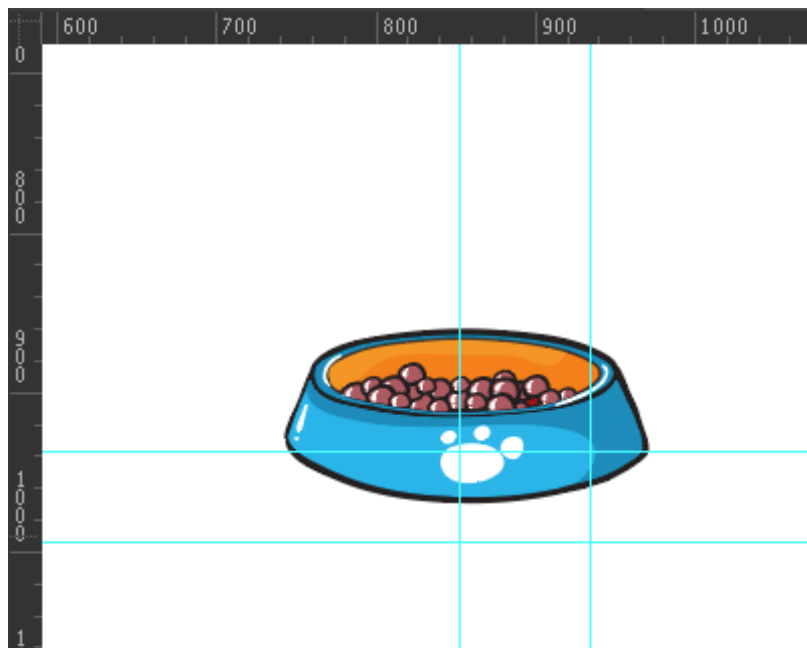


Imagen 4 – Diseño "plato"

b) Agrupación de todos los elementos



Imagen 5 – Agrupación de elementos

c) Ilustración a Color



Imagen 6 - Ilustración a color

3.5. Creación de la “Huella”

Las huellas utilizadas en el margen de introducción representan la cantidad de pasos o huellas que dejan en las calles el sin número de perros abandonados.

a) Bocetos



Imagen 7 - Boceto Huella

b) Retícula

Se utilizó formas geométricas como el círculo ya que evoca la perfección, lo infinito algo que nunca termina. También es sinónimo de protección, movimiento y adaptabilidad.

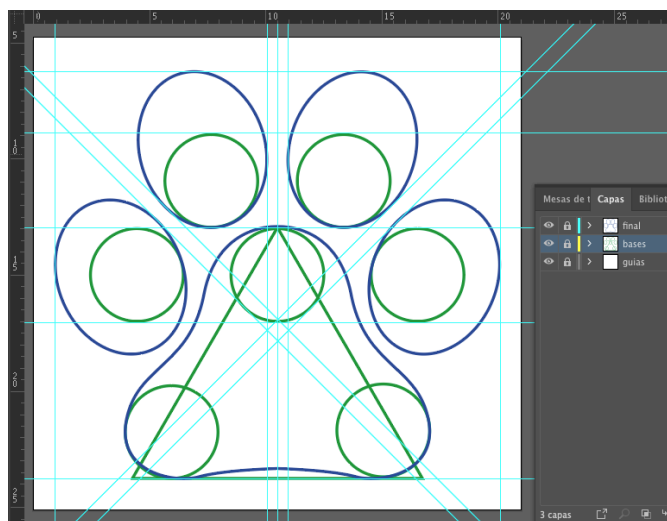


Imagen 8 - Retícula

3.6. Creación del “Ícono Casa”

El Cuadrado transmite fortaleza, solidez y seguridad al momento de transmitir información.

Las figuras triangulares evocan crecimiento, enfoque, soporte, inspiración, igualdad, justicia y poder.

a) Retícula

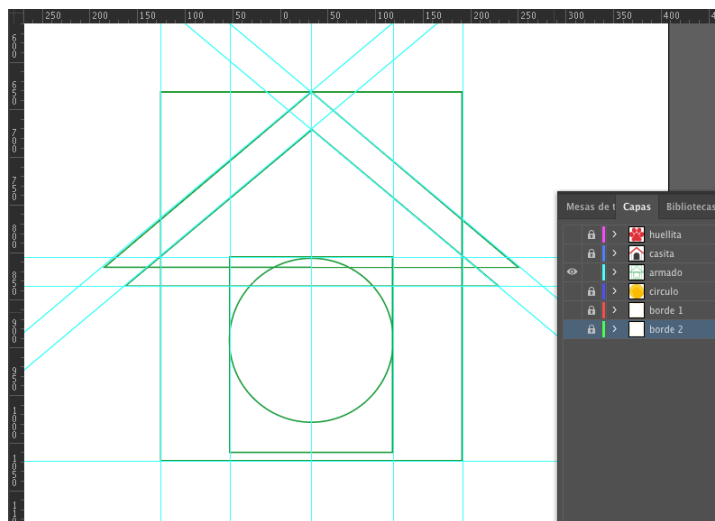


Imagen 9 - Retícula Ícono casa

c) Ilustración a color

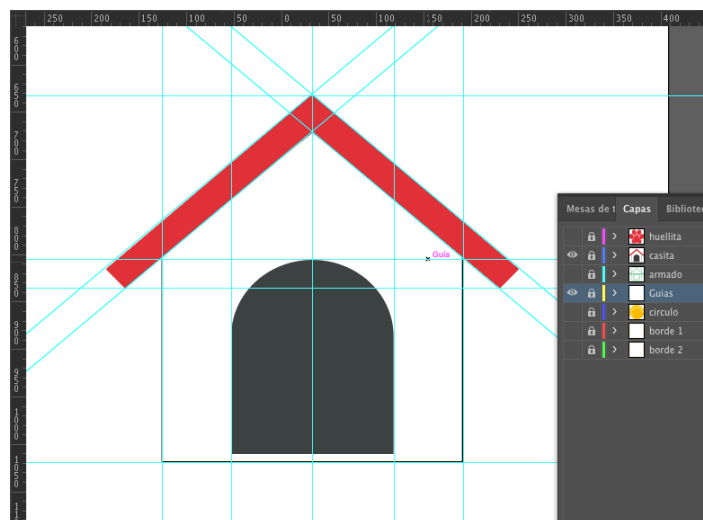


Imagen 10 - Ilustración ícono casa a color

3.7. Creación del “Hueso”

Se utilizo la ilustración de un hueso para mencionar el nombre de la actividad realizada.

a) Retícula

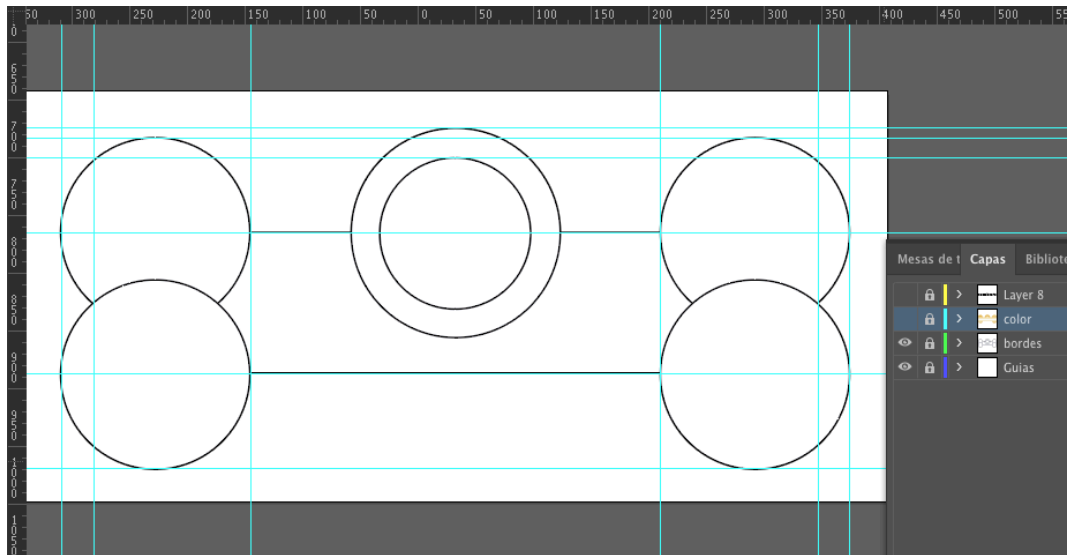


Imagen 11 - Retícula hueso

b) Ilustración a Color

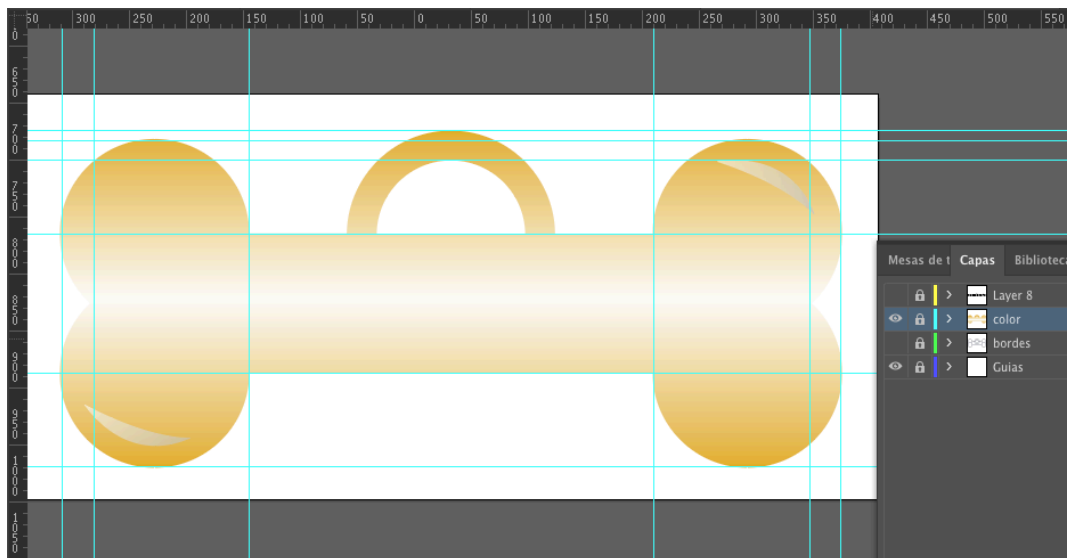


Imagen 12 - Ilustración hueso a color

3.8. Creación de la “Barra Informativa”

La barra informativa fue diseñada para mostrar el logotipo de la institución y el nombre de la persona, el cargo y la institución, la cual se colocó al lado izquierdo para que su primera visualización sea reconocer la imagen de la institución seguido por los datos respectivos.

Se utilizó una tipografía de palo saco de la familia “Arial” para mayor legibilidad en la variación de tamaños de pantalla, por la posición que lleva la barra de texto. Se subrayó el nombre del entrevistado para dar mayor énfasis ayudando al espectador a conservar más tiempo su nombre.

Se colocó a la mitad del video nuevamente las barras informativas para que el espectador pueda tener presente las entidades presentada.

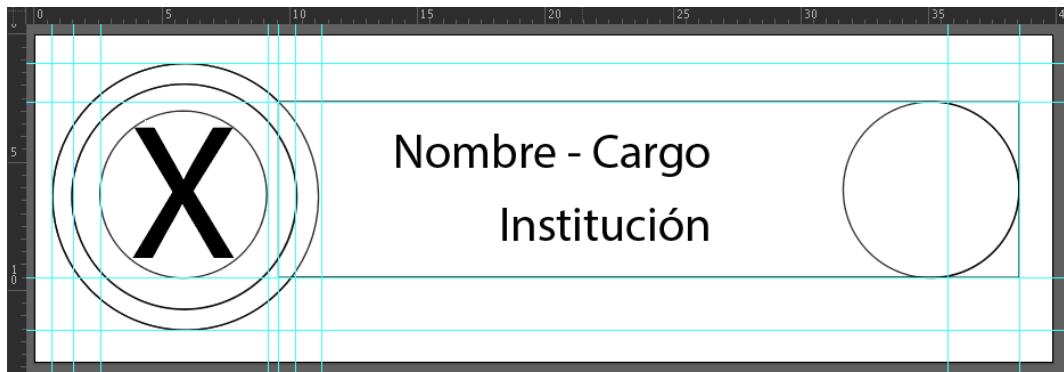


Imagen 13 - Diseño Barra informativa

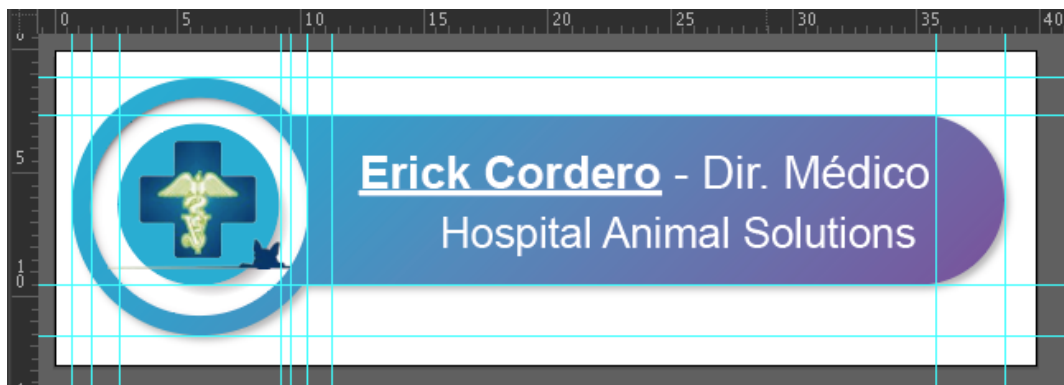


Imagen 14 - Barra informativa a color

3.9. Propuesta de Difusión

Una vez finalizado el proyecto las entidades participantes manifestar el tipo de difusión que le van a dar al producto audiovisual los cuales son los siguientes:

Se manifestó como primer punto la plataforma de YouTube en los canales respectivos de cada entidad. También la difusión a través de las páginas de redes sociales de las mismas donde para una mayor visualización se les sugirió pagar uno de los primeros porcentajes de publicidad del video para que obtenga una mayor prioridad en redes el video y obtenga mayor cantidad de visualizaciones.

✓ 26,00 USD	Alcance: 1.977 - 5.713 personas por día
30,00 USD	Alcance: 2.281 - 6.591 personas por día
100,00 USD	Alcance: 6.740 - 19.477 personas por día
400,00 USD	Alcance: 16.134 - 46.628 personas por día
1500,00 USD	Alcance: 21.753 - 62.866 personas por día
Elige otro importe	

Imagen 15 - Porcentajes de publicidad en YouTube

También manifestó especialmente la entidad del municipio que se deseaba la proyección en el canal 7 en el programa de “Educa”, con el fin de informar y ayudar a la educación de la sociedad. A demás de eso las fundaciones manifestaron la creación de Cine-Foros para exhibir el producto junto a otros recursos y testimonios con el fin de fomentar la educación hacia la sociedad, además de poder lograr un posible apoyo por parte de las personas no necesariamente económico sino de contribución voluntaria, como donación de comida, ayuda médica, voluntarios, la adopción y demás necesidades que tienen las entidades.

CAPÍTULO V

INFORME TÉCNICO

4.1. Referencia

Censo realizado en el Distrito Metropolitano de Quito, el mismo que determina que existen aproximadamente alrededor de 600000 animales de compañía de los cuales, 100.000 cuentan con un tutor responsable, otros 100.000 viven en la calle en abandono y 400.000 a pesar de tener dueño vagan en la calle sin control de nadie. En la capital, en cinco años se ha duplicado la cifra de animales en las calles, según un estudio de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), existe aproximadamente un animal abandonado por cada 22 habitantes en la actualidad; en años anteriores, se tenía un registro de un animal abandonado por cada 49 habitantes por lo que expertos sugieren que se debería realizar campañas de esterilización constantemente y ponerla como un requerimiento obligatorio para todas las personas que quieran adquirir la responsabilidad de tener una mascota además de prohibir la comercialización de animales.

4.2. Grupo Objetivo

Para la selección del grupo objetivo se eligió a hombres y mujeres que vivan en la ciudad de Quito, que oscilan en un rango de edad entre 15 a 45 años dividido en grupos específicos de acuerdo a una clasificación:

De 15 a 25 años

- **Voluntariado:** Jóvenes y adultos que estén dispuestos a cumplir con labores de limpieza de los espacios, la higiene del animal, alimentación, actividad física y veterinaria.
- **Educación – Información:** Vincular colegios, universidades y difusión a través de medios de comunicación.

De 26 a 35 años

- **Adopción:** Fomentar la adopción como primera opción antes de la compra por la comercialización sin control de animales.

De 36 a 45

- **Financiamiento o Donaciones:** Particulares, empresas o instituciones, que estén dispuestos a realizar donaciones en efectivo, de alimento, casas, cobijas.

4.3. Desarrollo

El presente trabajo consiste en un estudio de campo realizado en base a los modos del documental que plantea Bill Nichols, utilizando como referencia el modo expositivo, participativo y reflexivo con el fin de demostrar una realidad; como son las vivencias de las personas que deciden rescatar animales en abandono y les brindan una nueva esperanza de vida.

Para este documental se utilizó uno de los principales recursos del modo expositivo, la *voz en off* para facilitar la comprensión del tema tratado y brindar mayor dinámica a la producción con la variación de escenas mientras la voz continua una narración siendo el fondo principal; sin embargo, el énfasis de este proyecto recae más sobre el modo participativo y lo reflexivo ya que se desea llegar y sensibilizar al espectador con relación al tema.

De los diversos métodos de investigación, se escogieron las entrevistas, pues permite mostrar los pensamientos y opiniones de los participantes durante las grabaciones sobre la responsabilidad social para poder obtener información específica y clara de manera directa entablando una conversación libre y abierta con los involucrados (Icart-Isern, 2008; Jesús Ferrer, 2010).

Se realizaron entrevistas a cinco Instituciones relacionadas al rescate animal como:

- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito – Urbanimal
- Asociación Defensa de la Vida Animal - A.D.V.A
- RUNA Ecuador

- Fundación Lucky Bienestar Animal
- Animal Solutions

Para las entrevistas se realizó un banco de preguntas para cada Institución.

<u>FUNDACIONES</u>	<u>MUNICIPIO</u>	<u>VETERINARIOS</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué significa... (nombre/siglas fundación)? 2. ¿Desde cuándo funcionan? 3. ¿Cuáles son sus objetivos, misión y visión? 4. ¿Cuál fue el motivo que les impulso a crear la fundación? 5. ¿Qué es el rescate animal? 6. ¿Cómo es el proceso para rescatar a un animal abandonado? 7. ¿Cuáles han sido sus experiencias más significativas para... (nombre/siglas fundación)? 8. ¿Cómo es la llamada de alerta contactar... (nombre/siglas fundación)? 9. ¿Qué hacen cuando están saturados en espacio dentro de la fundación? 10. ¿Qué es lo que un animal rescatado necesita? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Existen regulaciones respecto a las mascotas? 2. Actualmente, ¿existe alguna regulación o reglamento relacionado a la protección animal? ¿En qué consiste? 3. ¿Cuáles son las ordenanzas relacionadas a la tenencia de animales? 4. ¿Cuál es la posición de regulación y control que la Institución tiene para la distribución de animales? 5. ¿Considera que la adopción es una solución al problema? 6. ¿Cuáles considera serían las posibles soluciones aparte de la adopción problema? 7. ¿Qué opina sobre la creación y funcionamiento de fundaciones? 8. ¿Cómo consideran que las fundaciones aportan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es lo que un animal rescatado necesita? 2. ¿En qué condiciones puede llegar un animal rescatado? 3. ¿Qué se debe considerar para obtener una mascota? 4. ¿Qué responsabilidades tenemos los seres humanos para con las mascotas cuando decidimos tenerlos como parte de la familia? 5. ¿Está de acuerdo con la venta de animales? 6. ¿Existe alguna diferencia entre un animal comprado y uno adoptado? 7. ¿Considera que es importante la esterilización animal? ¿Por qué? 8. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de la esterilización?

11. ¿En qué condiciones puede llegar un animal rescatado? 12. ¿Cuántas personas colaboran con la fundación? 13. ¿Reciben o tienen algún apoyo económico? 14. ¿Alguna entidad que los respaldan? 15. ¿Dónde considera se origina el abandono? 16. ¿Cuáles son las razones para el abandono de los animales? 17. ¿Qué cree que influye para que esté aumentando este problema? 18. ¿Considera que este es un problema de la sociedad? 19. ¿Considera que hay apoyo de las autoridades? 20. ¿Cuál ha sido su mejor experiencia durante su trabajo como rescatista animal? 21. ¿Proceso para adoptar 22. ¿Qué proyecciones tienen? 23. ¿Qué se debe hacer para apoyar en la fundación	o contribuyen a la sociedad? 9. ¿Existe algún tipo de ayuda o apoyo a las diversas fundaciones que se dedican al rescate animal? 10. ¿Cómo el Municipio verifica el cumplimiento de las diferentes regulaciones? 11. ¿Cómo han socializado las regulaciones existentes? 12. ¿Qué campañas se realiza para sensibilizar a las personas ante este problema?	
---	---	--

Durante el desarrollo de las entrevistas se obtuvieron nuevas preguntas y nueva información acorde a la conversación que iba fluyendo de forma interactiva.

De las entrevistas realizadas se obtuvo aproximadamente tres horas de material grabado en video con dos filmadoras colocadas en posiciones distintas para obtener

distintos encuadres entre primer plano y plano medio corto. Se trabajó con tres medios para grabar el audio; el primero: un micrófono *Boom* para obtener sonido de ambiente de los diversos lugares; el segundo medio: un micrófono corbatero de doble entrada marca *Sony*, modelo *ECM-CS3* para captar de forma directa la voz del entrevistado que fue colocado por debajo de la camiseta o saco de los participantes con su debido consentimiento, esto permitió obtener audios más limpios y libres de ruidos externos no deseados; y finalmente, como tercer medio se usó una grabadora de voz de doble entrada marca *EDIROL R-09HR* colocada siempre cerca del participante, cumpliendo la función de audio de respaldo para el momento del montaje y edición (Jesús Ferrer, 2010; Martín, 2015).

Para las tomas realizadas a los refugios se dispuso de una cámara *Nikon* modelo *D3200* y una *Sony 4k* modelo *FDR-AX33*. Se hicieron tomas en plano general que permite mostrar los escenarios de fondo en los que realizaron las entrevistas y así tener una mayor interacción visual. Se realizaron también incursiones de búsqueda de lugares donde se encontrarán animales en situación de abandono para poder captar imágenes vivas que sustenten la temática del documental. Durante el desarrollo de lo mencionado, se presentó esporádicamente y sin previa planificación un rescate de tres cachorros abandonados en una quebrada en condiciones deplorables, como experiencia propia fue documentado todo el proceso realizado desde el rescate hasta la entrega de los animales a una fundación que brindó su apoyo. Esta experiencia de la cual se pudo ser participe fue utilizada como material dentro del trabajo presentado combinando con la modalidad participativa que describe Bill Nichols en sus textos (Icart-Isern, 2008).

La interacción directa del equipo de grabación en el rescate generó emociones inesperadas que provocaron nuevas ideas y curiosidades, las cuales motivaron a mostrar una continuidad de lo experimentado y se complementó con un testimonio del veterinario de la Fundación receptora de los cachorros para dar un cierre a la historia y no dejar inconclusa la situación.

También, como parte de la recopilación de material se pudo participar en un evento de adopción y se obtuvo tomas de apoyo captadas en primer plano, medio y general

logrando un registro de las expresiones y reacciones de la gente ante la situación en la que se encontraban, esto permite demostrar de forma más concreta uno de los parámetros que describe Bill Nichols en su libro, “captar los sucesos como se dan en el momento para así poder mostrarlos de forma cruda”. Donde a su vez, interviene el modo reflexivo con el que se busca sensibilizar al espectador frente al tema a tratar.

Una vez obtenido todo el material se inició un proceso de clasificación por Institución, por evento y de tomas de apoyo (parte de las tomas de apoyo fueron imágenes obtenidas de las páginas públicas y sociales, previa información y autorización de la Fundación A.D.V.A., donde se muestran dos vivencias destacadas como son el rescate de animales en el terremoto del 2016 y un caballo de tres patas que actualmente tiene una vida normal en Cayambe). Urbanimal facilitó medios físicos informativos sobre las normativas que sancionan el maltrato animal, estos folletos fueron digitalizados para poder ser colocados bajo animación a través de un icono en *After Effects*.

Antes de empezar con el ensamble del video y eliminación de escenas, se procedió a visualizar todas las grabaciones y audios para poder elegir el modo más adecuado para la presentación de la información obtenida por lo que, al clasificar los temas tratados y las respuestas de los participantes se optó por mostrar el resultado final en un ensamble de tres capítulos según su importancia; además, se realizó una clasificación de los audios obtenidos en las diversas entrevistas con el fin de escoger los más limpios para poder realizar el montaje adecuado y sincronizar con los movimientos faciales de los participantes.

Para producir una onda de sonido mayor y poder realizar de mejor manera el montaje de audio e imagen se utilizó como medio de apoyo una claqueta (Paranaguá, 2003).

Una vez realizada la clasificación se procedió a la creación del proyecto con el programa multimedia *Adobe Premier* donde se fue importando el material seleccionado por partes, seguido por el montaje del audio cuadrando la voz con el movimiento de los labios. Una vez cuadrado imágenes y audios se procedieron a

realizar cortes *frame* por *frame* por segundo de las partes más destacadas y a su vez eliminando información redundante, repeticiones, partes excesivas y escenas no solicitadas.

Con las escenas conformadas en una secuencia lógica, adecuada y congruente se realizó correcciones de color de todas las imágenes variando la temperatura, saturación, contraste y brillo. Haciendo uso de las opciones de *Adobe Premier* se ejecutó el audio en el programa *Adobe Audition* para iniciar la limpieza de ruido, nivelar las ondas de sonido y quitar sonidos excesivos. Subsecuentemente, se seleccionó las tomas de apoyo y se colocó en posiciones acorde a los temas tratados durante el dialogo y se suavizó los pasos de escena a escena con puntos de opacidad y colocación de transiciones con tiempo controlado en el panel de efectos (Piedras, 2014).

Con *Adobe Illustrator* se diseñó “**huellas de patitas de perro**” para la presentación inicial, dando un marco de decoración a la presentación del tema y nombre del video, seguido de sus complementos animados en secuencia como: el perro sentado, el plato de comida, el letrero (fondo) donde aparece el tema. Seguido a esto, se animó cada objeto por individual en *After Effects*, y se dio efecto de color en el caso del marco de las huellas mientras van apareciendo secuencialmente alrededor, se renderizó cada parte con formato PNG para su posterior colocación en el video.



Imagen 16 – Presentación inicial, apertura



Imagen 17 – Presentación Tema con marco animado de huellas



Imagen 18 - Animación secuencial con gráficas combinadas

Los pensamientos insertados (imagen 6 -7) tanto al inicio como al final del documental fueron colocados con la intención de dar un “**Intro**” y un cierre a lo presentado audiovisualmente invitando a los espectadores a la reflexión. Fueron creados mediante uno de los recursos de texto de *Adobe Premiere*. Con relación al pensamiento de cierre se le colocó el video de las huellas en PNG para dar acompañamiento decorativo y proporcionar el marco que encierra la frase manteniendo como fondo la imagen del rostro del animalito grabado en video (imagen 5).

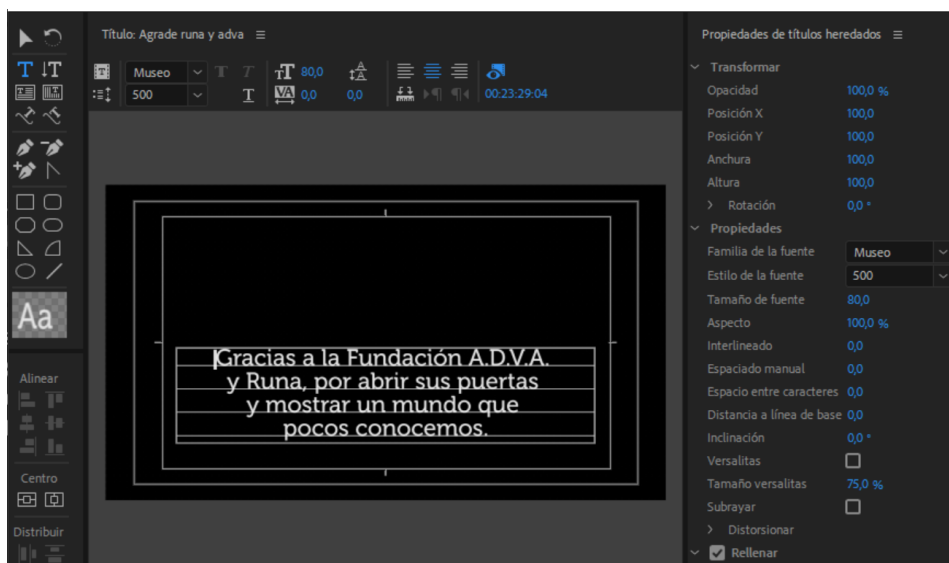


Imagen 19 - Panel de texto de Adobe Premier



Imagen 20 – Marco decorativo final.

**“Un animal abandonado es
el reflejo del fracaso e
inmadurez de una
sociedad.”**

Anónimo

Imagen 21 – Frase de introducción como mensaje previo a la presentación del material obtenido

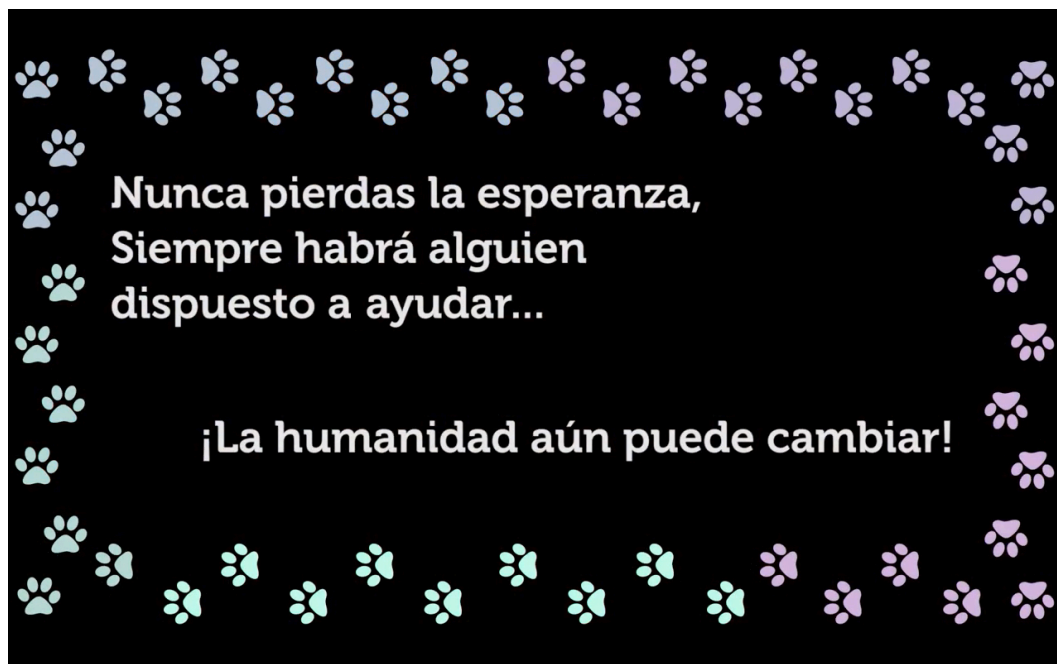


Imagen 22 – Frase de finalización de presentación

De la misma forma descrita con anterioridad, se colocó las frases de agradecimiento a las fundaciones participantes y se les añadieron los respectivos logos otorgados por las Instituciones.



Imagen 23 – “Agradecimientos”



Imagen 24 – Diseño “Agradecimientos”

Se creó un **icono informativo** el cual, fue animado en *After Effects* y renderizado en formato PNG, para exponer las imágenes de respaldo otorgadas por el Municipio, una “casita” que abre y da paso a una ampliación de la imagen para que pueda ser legible al público.



Imagen 25 – Ícono insertado durante la trayectoria del documental

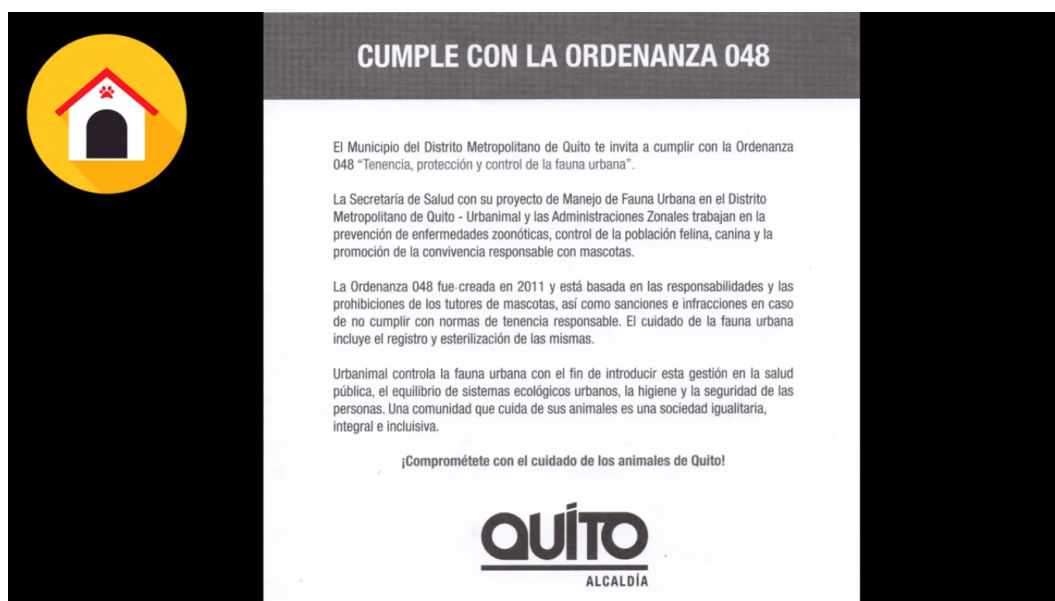


Imagen 26 – Ampliación de imagen que proporciona el ícono informativo

Las **barras de texto informativas (leyendas informativas)**, poseen un ícono insertado con el respectivo logo de cada Institución y los nombres de la persona que los representa. Se dio animación utilizando *Adobe After Effects* dando movimiento a las letras mientras aparecen, color, tamaño y sombras.

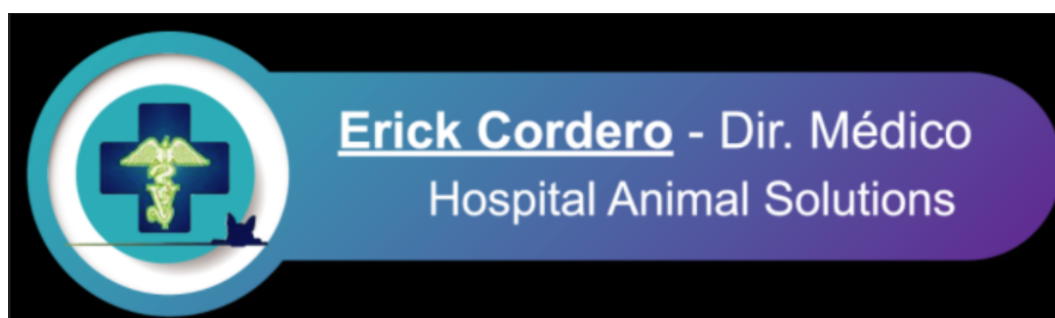


Imagen 27 – Leyenda informativa



Imagen 28 - Leyendas informativas animadas

Para la creación de los **créditos** se realizó en *Adobe Illustrator* una “huella de patita perro” grande dividida en “capas”, se transfirió al programa *After Effects* para proporcionar el efecto de color a cada dedo mientras muestra un texto distinto (imagen 15, 16, 17, 18) y posteriormente animarlo, renderizarlo y utilizarlo en el proyecto final.

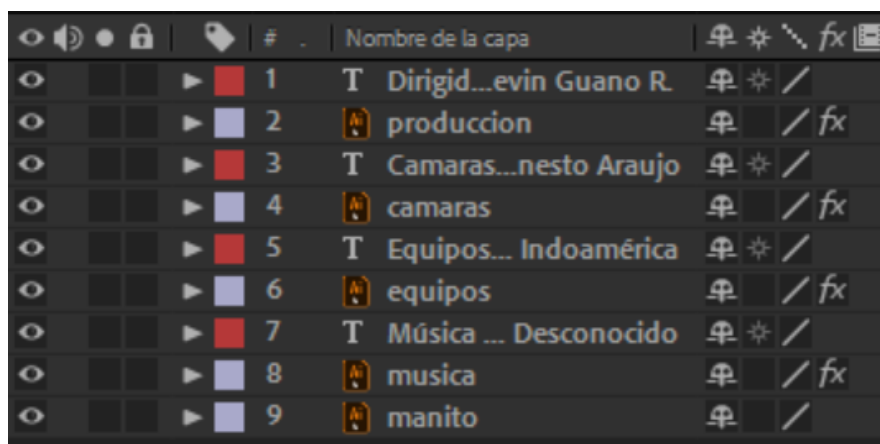


Imagen 29 – Panel de Capas de After Effects



Imagen 30 - Diseño "Créditos de Dirección y Producción"



Imagen 31 - Diseño "Créditos de Dirección de Cámaras"



Imagen 32 - Diseño "Créditos de Dirección de Equipos"



Imagen 33 - Diseño "Créditos de SoundTrack"

Para la creación de la **imagen de entrada** se utilizó una marca personal de propia autoría, creado con anterioridad de manera estática, utilizado en múltiples trabajos de estudio y personales privados. Se procedió a organizar las partes por “capas” en *Adobe Illustrator* para poder otorgar la respectiva animación por elemento en *After Effects* seguido de la adición de los efectos de sonido.

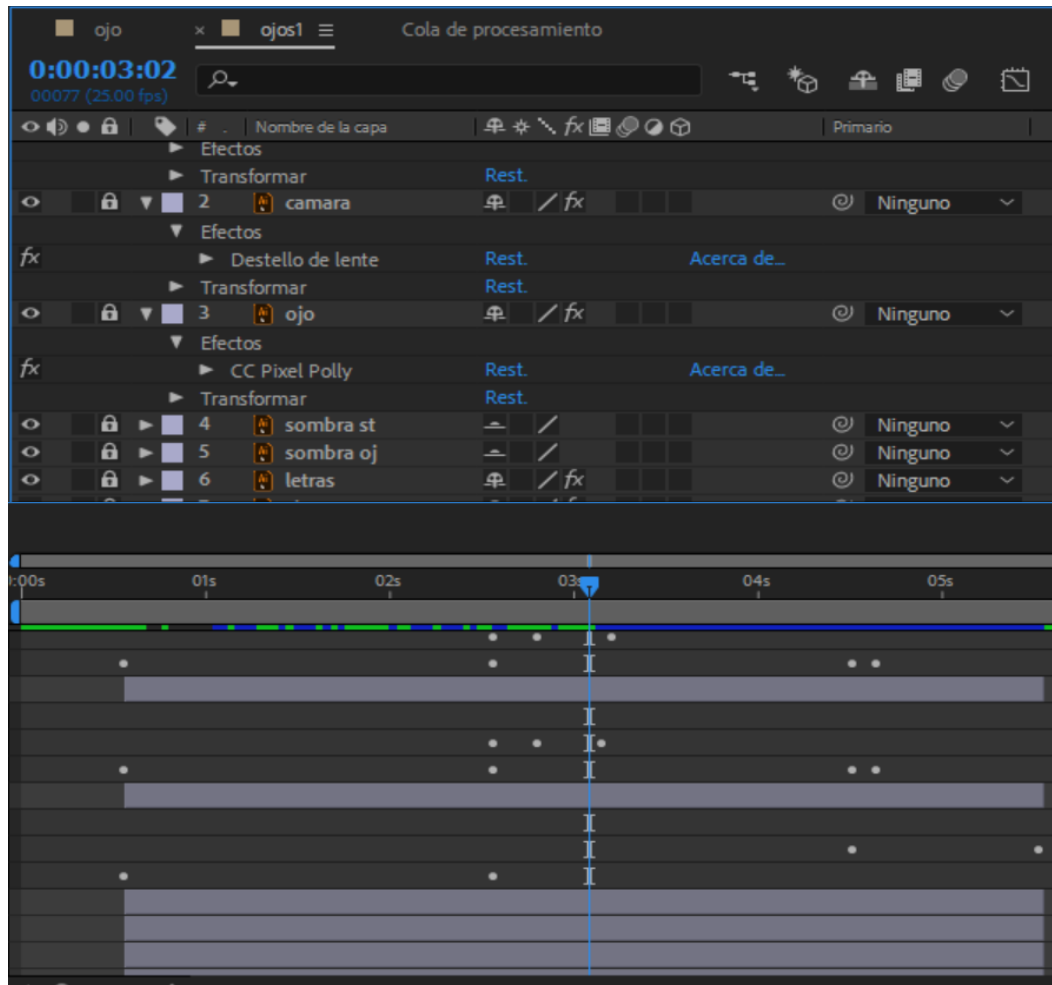


Imagen 34 – Panel de capas (superior) y animación (inferior)



Imagen 35 – Diseño Logo de Producción

Se colocó una **canción instrumental de fondo**, la canción fue comprada en una página de música libre de *Copy Right* llamada “*Story blocks Video*” para uso y difusión independiente.

Finalmente, unidas todas las partes del proyecto de video se inició el proceso de exportación, se seleccionó el formato H.264 para mantener la calidad de la imagen, además es un formato que cuenta con un mayor soporte a la hora de trabajar con los navegadores web tanto de dispositivos móviles como de ordenadores. Se inició el proceso de renderizado final que duró aproximadamente 3 horas.

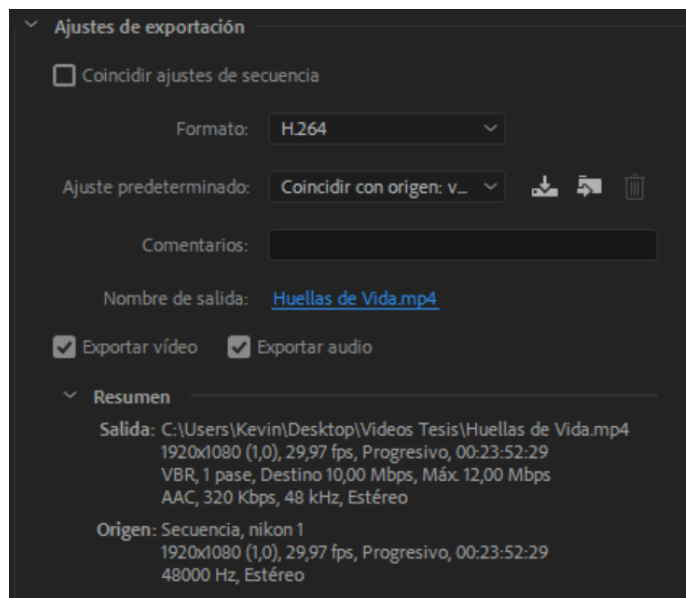


Imagen 36 – Cuadro de Render

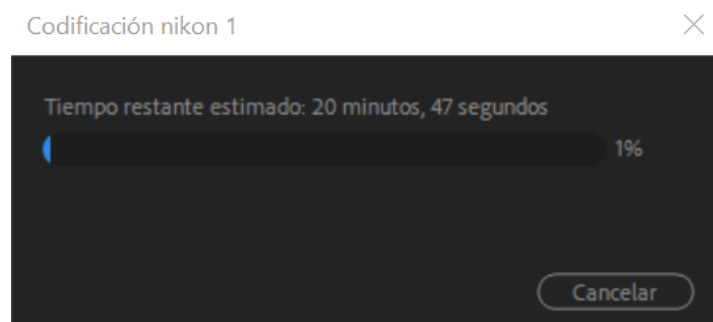


Imagen 37 – Tiempo de Renderizado

Una vez terminado el proyecto digital, denominado “**Huellas de Vida**”, se lo subió a youtube.com y se lo puede visualizar siguiendo el link https://www.youtube.com/watch?v=_fsLiqUyKkI&feature=youtu.be, para poder visualizarlo en la Red.

4.4. Valoración

Se conformó un **grupo focal** como técnica cualitativa de estudio para obtener distintas opiniones tanto de profesionales en el área de diseño, video y público interesado, para ello, se organizó una presentación informal en un salón parroquial al norte de la ciudad de Quito, al cual se convocó a personas que se encuentren en el rango de edad de 15 a 45 años que desearan asistir a la proyección del video. Posterior a ello se les solicitó llenar un cuestionario (imagen 38, 39, 40) previamente preparado y pre aprobado de 12 preguntas clasificadas en tres grupos referidos al contenido, parte técnica y una parte reflexiva más recomendaciones, se dio adicionalmente una corta explicación de esta división del cuestionario señalando que la parte del aspecto técnico se encontraba referida a las personas que posean una afinidad o conocimiento previo respecto al tema, se indicó que el resto de personas no tenían la necesidad de llenar esa sección, aun que a pesar de la breve explicación lo llenaron expresando sus opiniones, actitudes, creencias, satisfacción y percepciones sobre el tema presentado (Affinity, 2019; Mella, 2000; «Qué es un Grupo Focal», 2018).

Cuestionario documental "Huellas de vida"

Nombre:..... Profesión/Actividad:.....

Edad:.....

Contenido

1. Antes del video, usted ¿Conocía sobre el abandono animal?
.....
.....
.....
2. ¿Cuál cree usted sería la mejor manera de dar a conocer la importancia y necesidades de las fundaciones dedicadas al rescate animal?
.....
.....
.....
3. ¿Está de acuerdo con que existan normativas que sancionen el maltrato animal?, ¿Por qué?
.....
.....
.....
4. En síntesis, ¿qué historia le cuenta el video?
.....
.....
.....

Aspecto Técnico

5. ¿Qué le pareció el audio del video?
.....
.....
.....

Imagen 38 – Cuestionario hoja 1

.....

.....

6. ¿Qué opina de las tomas/imágenes realizadas/presentadas?

.....

.....

.....

7. ¿Cree que la narrativa/guion del video es suficiente?, que le falta?

.....

.....

.....

8. ¿Qué le pareció el manejo de la iluminación y enfoque de cámaras en los diversos ambientes utilizados en el documental?

.....

.....

.....

Reflexión

9. ¿Cuál era su percepción sobre los animales en abandono antes de mirar el video y que piensa ahora?

.....

.....

.....

10. ¿Qué emociones produjo en usted el video?

.....

.....

.....

11. ¿Considera que el abandono animal es un problema de carácter social?

.....

.....

.....

Imagen 39 – Cuestionario hoja 2

12. Si usted se encontrara con un animal en abandono, ¿cuál sería su accionar?

.....

.....

.....

.....

13. Recomendaciones

.....

.....

.....

Imagen 40 - Cuestionario hoja 3

El grupo estuvo conformado por 20 personas en los que constaban profesionales del área de diseño, video y público interesado donde todos expresaron un agrado con la presentación del video y dieron a conocer de forma conjunta que apoyan la acción de rescate animal y llegaron a una conclusión grupal de que es necesario promover más este tipo de proyectos audiovisuales que permiten compartir información que en la mayoría de los casos está en desconocimiento de los usuarios.



Imagen 41 – Grupo focal



Imagen 42 – Presentación proyecto audiovisual a público diverso

De las opiniones que se pudieron recolectar en el área de contenido fueron, que todas las personas entendieron el tema tratado en el video que es el trabajo de las fundaciones, como funcionan, su realidad y que no es una actividad sencilla, también el informar acerca de las leyes y sanciones que tiene puesto el municipio y la falta de conciencia hacia un tema que visualizamos a diario.

Todas las personas conocían acerca del tema por comentarios de la gente, por redes sociales, lo que ven a diario, lo consideran algo común en nuestra actualidad y muchos ignoraban ciertos puntos como los protocolos de una institución o el proceso de adopción o más que todo que existían leyes en favor a los animales, proponen en su mayoría que este tipo de información debería ser difundida través de los medio de comunicación, de redes sociales, crear campañas y que debería ser enseñado desde las escuelas. En su mayoría están de acuerdo con que existan las sanciones económicas por el maltrato animal, pero a su vez un determinado número de personas considera que no es una solución porque no toda la gente aprende de esa manera más que con educación.

En el aspecto técnico mencionaron que el audio tuvo buena calidad el cual les permitió entender de forma clara las entrevistas y unos participantes manifestaron una elevación en el volumen en ciertas partes del video. En el aspecto de la imagen comentan que los planos utilizados fueron los apropiados, que transmiten emociones y que muestran la realidad de este problema. En el ámbito de la iluminación indican que está muy bien utilizada, el técnico en fotografía Sr. Javier Soto, sugiere que se podría a ver mejorado con un lente de 35mm. En la narrativa un grupo comento que fue el indicado y preciso y un segundo grupo indico que falta la información de las fundaciones para poder entrar en contacto con ellas.

En el ámbito reflexivo se encontró que las personas tuvieron diversas emociones como tristeza, ira, impotencia, indignación, preocupación, desilusión y esperanza. Todos consideran que es un problema social que tiene una deficiencia de acciones y de falta de información, en su mayoría comentaron que su percepción por el tema

cambio de cómo era antes de ver el video y que al conocer la realidad de ellos si tuvieran la oportunidad ayudarían a un animal abandonado.

En las recomendaciones hubieron de dos tipos, los primeros fueron que se realizara la difusión del video en redes sociales para obtener un mayor alcance de esta información, un psicólogo recomendó la disminución del tiempo al video. El otro grupo dio recomendaciones respecto a la problemática como no maltratar a los animales abandonados, promover desde las escuelas la educación, crear más videos como este y hacer campañas informativas.

Como anexo de esta tesis se adjuntan los cuestionarios llenos por los participantes.

4.5. Conclusiones:

En el presente trabajo se cumplió con la determinación de la relación del Diseño Multimedia con la Responsabilidad Social de forma en la que a través del diseño se puede transmitir un mensaje o hasta en cierto punto influir sobre un tema, mediante el uso de sus herramientas como la fotografía, la animación, el audio entre otras, además de los diversos usos metodológicos con los que se puede tratar la información obtenida mediante la investigación, para expresarla de forma clara y según la idea del productor, para cambiar puntos de vista de la sociedad o infundir una idea.

Se cumplió con la creación de un documental para mostrar la realidad ignorada por gran parte de la sociedad, llegando a las personas de forma emocional ayudando a la sensibilización y cambio de opinión o perspectiva sobre un tema que se observa a diario y que cree en ellos el deseo de difusión de esta información.

A pocos días de la publicación en la plataforma de YouTube de mi página personal para dar a conocer a las entidades el resultado final, el video en 48 horas alcanzó 80 visitas y 9 “me gusta”, lo que indica que existe una aceptación con incremento de interés en esta problemática social.



Huellas de Vida

80 vistas

👍 9 💬 0 ➦ COMPARTIR ⚙️ GUARDAR ⋮

Imagen 43 - Presentación en la página web de YouTube

4.6. Recomendaciones:

Crear futuros videos relacionados a esta temática, ya que se ha mostrado un gran interés por la sociedad por informarse sobre un tema que a muchos les interesa pero que no tienen conocimiento.

Continuar con la interacción del diseño con la responsabilidad social, ya que el diseño tiene el poder de mostrar de diversas formas los mensajes ante la sociedad ayudando a sensibilizar al publicando, ya que ataca de forma directa a las emociones de las personas provocando una variación en su forma de pensar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Affinity, F. (2019). Principales razones de abandono de un animal de compañía. Recuperado de <https://www.fundacion-affinity.org/perros-gatos-y-personas/busco-un-animal-de-compania/las-razones-detras-del-abandono-de-una-mascota>
- Aharonov, J. (2011). *Psicología de la Tipografía* (Primera). Caracas, Venezuela.
- Álvarez, D. (2016). *Introducción a la Tipografía*. Universidad de Londres.
- Arnaugi, F. (2014). Documentando el documental. Recuperado de <https://www.inter-doc.org/documentando-el-documental-bill-nichols-y-los-modos-de-representacion/>
- Birkitt Malcolm. (1992). *El Libro Completo de la Fotografía*. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=40nIoH4ISQUC&pg=PA83&dq=libro+de+movimientos+de+camara&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwick665svzjAhWv1FkKHZUhACoQ6AEIKDAA#v=onepage&q=libro de movimientos de camara&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=40nIoH4ISQUC&pg=PA83&dq=libro+de+movimientos+de+camara&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwick665svzjAhWv1FkKHZUhACoQ6AEIKDAA#v=onepage&q=libro+de+movimientos+de+camara&f=false)
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2006). *Arte cinematográfico. Paidós comunicación* (Vol. 68).
- Burian, P. K. (2004). *Máster en fotografía digital*.
- Camusso, S., Gastaldo, V., Marchetti, C., Menendez, A., & Provencal, M. (2012). *Investigación, producción y compilación: Comunicación Visual Gráfica 1*. Mexico.
- Candelaria Moreno de las Casas. (2014). El diseño gráfico y su responsabilidad social, 15.
- Carrillo, C. (2007). Tipos de Documental. Recuperado de <http://castanocarrillo.blogspot.com/>
- Crist, S. (2001). El documental.
- Fernández, C. (2017). Abandono animal: problema global de nuestro tiempo. Recuperado de <https://misanimales.com/abandono-animal-problema-global->

de-nuestro-tiempo/

- Foro de Escuelas, D. B. A. (2006). *Actas de Diseño*. Buenos Aires.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y Comunicación*. (Ediciones Infinito, Ed.) (Séptima). Buenos Aires, Argentina: Biblioteca de Diseño y Artes Visuales.
- Galer, M. (2002). *Fotografía de localización* (Segunda). Recuperado de <http://distanciafocal.com.ar/el-punto-de-vista-fotografico/>
- Gifreu, A. (2014). El documental interactivo. *El documental interactivo*, (2000), 27.
- Heller, E. (2008). *Psicología del Color* (Primera). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Hernández Guevara, D. F. (2018). *Las Aventuras de Gyb y Pancho Producto Artístico*. San Francisco de Quito.
- Icart-Isern, M. T. (2008). Metodología de la investigación y cine comercial: claves de una experiencia docente. *Educación Médica*, 11(1), 13-18. <https://doi.org/10.4321/S1575-18132008000100004>
- Jesús Ferrer. (2010). Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación. Recuperado de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>
- Lamónaca, V. (2011). *La Tipografía como Forma*. (Eutopía, Ed.) (Primera). Buenos Aires, Argentina: Eduardo Gabriel Pepe.
- López Restrepo, D. A. (2018). *Tráiler de una serie animada 2D en lengua de señas para personas con discapacidad auditiva*. Metropolitana.
- Martín, A. P. (2015). Lenguaje y Composición Fotográfica, 49.
- Mella, O. (2000). Grupos Focales - Focus Groups. *Cide*, 1-27. Recuperado de <http://biblioteca.uahurtado.cl/ujah/856/txtcompleto/txt105091.pdf>
- Monroy, A. (2018, mayo 6). En Quito el abandono de perros y gatos aún no se controla. *El Telegrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/quito-abandono-animales>

- Moreno Mora, V. M. (2016). *Psicología del Color y la Forma*. Universidad de Londres.
- Munari, B. (2016). *Diseño y Comunicación Visual*. (Editorial Gustavo Gili, Ed.), *Bruno Munari*. Barcelona, España: Peter Lang UK.
<https://doi.org/10.3726/b13173>
- Nichols, B. (1997). *La Representación de la realidad*. (PAIDÓS, Ed.) (Primera Ed). España.
- Nichols, B. (2013). *Introducción al documental*. Universidad Nacional Autónoma de México (Vol. 39).
- Paranaguá, P. A. (2003). *Cine Documental en América Latina*. (E. Cátedra, Ed.) (Primera). Madrid.
- Piedras, P. (2014). El cine documental en primera persona. *Adversus*, 26(2014), 193-198. Recuperado de <http://www.adversus.org/indice/nro-26/resena/XI2613.pdf>
- Qué es un Grupo Focal. (2018). Recuperado de <https://www.sisinternational.com/que-es-un-grupo-focal/>
- Stracuzzi, S. P., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa* (Segunda). Caracas; Venezuela. Recuperado de <https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2015/09/metodologc2ada-de-la-investigacic3b3n-cuantitativa-2da-ed-2006-santa-palella-stracuzzi-feliberto-martins-pestana.pdf>
- Vertov, D. (1895). El documental El presente trabajo funciona de manera introductoria tanto a la historia como a las principales características que intentan definir al género narrativo audiovisual conocido como documental . Realiza una breve reseña histórica y luego se dis.
- Villacís Láinez, C. A., Suarez Núñez, Y. F., & Güillín Llanos, X. M. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3, 15.
- Weinrichter, A. (2009). Metraje encontrado. La apropiación en el cine documental

y experimental, 51(1). Recuperado de http://www.interdoc.org/projecte/2_ESTRUCTURA_CONTINGUTS_INTERDOC/5_RECURSOS/1_GENERE_DOCUMENTAL/NOVES_TENDENCIES/METRAJE-ENCONTRADO_found_footage/metraje_encontrado.pdf

ANEXOS