

## FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN PROYECTO DE TITULACIÓN II

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

#### 1.1. Título del Proyecto:

“ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTAL CRONISTA PARA SENSIBILIZAR A LAS PERSONAS A TENER UN TRATO ADECUADO HACIA LA POBLACIÓN CANINA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CIUDAD LATACUNGA, EN EL PERIODO 2015-2016”

#### 1.2. Tipo de proyecto:

Investigación formativa en tanto se influye en la formación de los moradores de la ciudad Latacunga a través de las Artes Visuales Multimedia, lo que se revertirá en beneficios para los caninos del sector.

#### 1.3. Propósito:

Sensibilizar a las personas de la ciudad Latacunga a tener un trato adecuado con la población canina.

#### 1.4. Fecha de inicio:

Septiembre del 2015

#### 1.5. Fecha de finalización:

Agosto 2016

#### 1.6. Lugar de ejecución:

La Matriz – Latacunga – Cotopaxi – Zona 3 – Instituciones de protección animal (PAE LATACUNGA, SOS SALVANDO PATITAS, CLINICA VETERINARIA MI MASCOTA)  
Activistas Defensores de los animales del Cantón Latacunga.

#### 1.7. Unidad Académica que auspicia:

Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas.

#### 1.8. Carrera que auspicia:

Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

**1.9. Equipo de Proyecto de investigación vinculado:** Proyecto de investigación de la carrera de Diseño Gráfico “Salud Canina”

#### 1.10. Trabajo:

Mg.D. Ximena Parra

## 1.1.CURRICULUM VITAE

### Datos personales

**Nombres:** ANA GABRIELA

**Apellidos:** CAISACHANA SERRANO

**CI:** 050325479-9

**Fecha de Nacimiento:** 20 de Febrero de 1993

**Lugar de Nacimiento:** Ecuador – Latacunga

**Nacionalidad:** Ecuatoriana

**Edad:** 23 años

**Estado Civil:** Soltera

**Celular:** 0995688718

**e - mail:** [anny.gabita93@gmail.com](mailto:anny.gabita93@gmail.com)

## 1.2.CURRICULUM VITAE

### Datos personales

**Nombres:** ERIKA MARILYN

**Apellidos:** TRÁVEZ MENA

**CI:** 050356639-0

**Fecha de Nacimiento:** 10 de Septiembre de 1992

**Lugar de Nacimiento:** Ecuador – Latacunga

**Nacionalidad:** Ecuatoriana

**Edad:** 23 años

**Estado Civil:** Soltera

**Celular:** 0998517958

**e - mail:** [erika.travez0@utc.edu.ec](mailto:erika.travez0@utc.edu.ec)

## **1.1.CURRICULUM VITAE**

### **Datos personales**

**Nombres:** MARCELA XIMENA

**Apellidos:** PARRA PÉREZ

**CI:** 010293729-9

**Fecha de Nacimiento:** 12 de Febrero de 1980

**Lugar de Nacimiento:** Cuenca – Latacunga

**Nacionalidad:** Ecuatoriana

**Edad:** 36 años

**Estado Civil:** Soltera

**Celular:** 0990028120

**e - mail:** marcela.parra@utc.edu.ec

### **Institución Primaria**

- Escuela Fiscal Luis Roberto Bravo

### **Institución Secundaria**

- Colegio Nacional Técnico Ecuador

**Título:** Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración

### **Institución Superior**

- Universidad del Azuay

**Título:** Diseñador

### **Institución Posgrado**

- Universidad del Azuay

**Título:** Magister en Diseño Multimedia

**Área de Conocimiento:** Diseño Multimedia

**Línea de investigación:** SALUD ANIMAL.

**Sub líneas de investigación de la Carrera:** DISEÑO APLICADO A INVESTIGACIÓN Y SALUD ANIMAL

## **2. RESUMEN DEL PROYECTO**

Gracias a la tecnología se tiene la ventaja de utilizar elementos audiovisuales, de una manera cómoda y rápida, el recurso visual posibilita que las personas se informen de una manera más interactiva acerca del estado en que viven los perros y comprender el verdadero significado de un adecuado trato y convivencia con los caninos.

Se considera necesario producir un recurso audiovisual que motive a la ciudadanía Cotopaxense en especial a los habitantes de la ciudad Latacunga a tener un trato adecuado con los perros. En el proceso de difusión de una ética correcta y con valores.

En la Provincia de Cotopaxi, se ha detectado la carencia de material audiovisual que induzca a los Latacungueños a sensibilizar sobre el inadecuado trato que se está teniendo con los caninos del sector.

Se realizará un documental cronista, se tomará imágenes de hechos reales para llegar a la causa original del problema y mostrar la solución, este documental es el resultado de una investigación, se mostrará en forma audiovisual.

En la actualidad en el Ciudad de Latacunga se realizan campañas de esterilización y adecuado trato animal, pero con una insuficiencia en material audiovisual que lo respalde para su promoción y difusión del mensaje.

**Palabra clave:** Sensibilizar.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Al hacer este documental se está creando un medio de información, en el que se presenta el inapropiado trato hacia los perros y la inconveniente relación que se da entre hombre y canino, se ha comprendido que es necesario tener un sentimiento de sensibilidad hacia los perros, pero este se ve debilitado por diversas causas, con este documental se pretende exponer estas dificultades y que en futuras generaciones se pueda usar como un archivo multimedia informativo para una nueva investigación sobre el tema.

En el presente documental se expondrán hechos reales en donde participan personas, animales como actores fundamentales que reflejen en inadecuado trato que recibe los caninos, además servirá como testigo de la realidad diaria que viven estos animales en la Ciudad Latacunga Provincia de Cotopaxi, se presentará todos los fundamentos encontrados en las causas y se analizara los efectos que provoca un maltrato canino, este elemento audiovisual nos servirá como archivo y para futuras generaciones.

Por consiguiente, el documental aporta una propiedad intangible expresada en respeto hacia los valores y la ética, para brindar un trato adecuado hacia los caninos.

En la producción del documental se emplearan las diferentes técnicas de producción audiovisual, al crear un medio de difusión masivo para aportar al trato adecuado de los caninos, al tener una relación más humanitaria en los pobladores de la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga.

### **4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

**4.1. Beneficiarios directos:** Perros de la Provincia de Cotopaxi Ciudad Latacunga, Instituciones de protección animal (PAE LATACUNGA, SOS SALVANDO PATITAS, CLINICA VETERINARIA MI /MASCOTA), Activistas Defensores de los animales y los moradores de la Ciudad.

**4.2. Beneficiarios indirectos:** Universidad Técnica de Cotopaxi, docentes y autoridades, Caisachana Ana, Trávez Marilyn.

## **5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:**

Generalmente el inadecuado trato que tienen los caninos ha hecho que estudiantes Universitarios se enfoquen en cambiar la situación de estos animales, por medio de la realización de un documental cronista y de la aplicación de artes visuales multimedia. Para emprender, la realización de este documental, es necesario analizar las causas principales que generan la agresión y el descuido por parte de ciertas personas del sector.

El maltrato hacia los caninos en el Ecuador está tan difundido en nuestro medio que en muchos casos pasa desapercibido. La costumbre de amarrar al perro, por ejemplo, es tan cotidiana que considerarla maltrato puede sonar como una exageración. Sin embargo, sí lo es, y como tal está tipificado en las ordenanzas municipales de tenencia de animales de las todas ciudades en donde éstas existen, en Cotopaxi hay maltrato directo e indirecto a los animales. Se los ve en casas, calles y mercados, sin embargo no existe una entidad del Estado o una organización no Gubernamental que se ocupe de este problema de los animales maltratados y callejeros en esta Provincia, en Latacunga se establece que debería ponerse en práctica un trato humanitario para las mascotas e incluso se contemplan sanciones a quienes irrespetan la normativa. La ordenanza que regula el tránsito de animales en lugares públicos entró en vigencia, esto con la finalidad de evitar el maltrato a los animales en el cantón Latacunga. Debido a que la mayor parte de la sociedad tiene una limitada información o ignora el hecho del maltrato a los animales, puesto que existe una contradicción entre las opiniones de los dueños y grupos defensores de los animales. Otra causa puede ser que la iglesia misma no toma a los animales como seres con alma, sino que están hechos para complacer al ser humano, de cualquier manera que ellos plazcan, dificultando que las personas analicen la situación de esos seres vivos y tomen medidas a favor de los mismos, además el maltrato animal es, a la vez, un factor que predispone a la violencia social y, al mismo tiempo, una consecuencia de la misma. Forma parte de la cascada de la violencia que se va alcanzando a todos como individuos y como sociedad. Por lo cual se hace indispensable contar con material audiovisual que apoye a la difusión de esta causa.

Las insuficiencias señaladas permiten sustentar la existencia del siguiente problema:

¿Cómo el limitado material informativo audiovisual causa en las personas una desorientada idea sobre el trato adecuado de la población canina, provocando la insensibilidad hacia la situación que viven los perros en la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga en el periodo 2015-2016?

## 6. OBJETIVOS:

### 6.1. General:

- Sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado hacia la población canina, mediante la elaboración de un documental cronista, para reducir el maltrato de los perros en la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga en el periodo 2015 – 2016.

### 6.2. Específicos:

- Recopilar información detallada sobre la situación, mediante una investigación detallada del estado de supervivencia de los caninos, para facilitar la producción del documental cronista.
- Analizar los datos obtenidos en la investigación, mediante la visualización de encuestas, entrevistas y fuentes encontradas, para determinar el proceso que se seguirá para culminar el documental cronista.
- Producir un documental cronista sobre un buen trato animal, utilizando las técnicas de Producción Audiovisual, para obtener un producto audiovisual capaz de sensibilizar al público objetivo a tener un trato adecuado hacia la población canina.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS:

**TABLA 1**

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
Recopilar información detallada sobre la situación, mediante una investigación detallada del estado de supervivencia de los caninos, para facilitar la producción del documental cronista.	Estudio del maltrato animal en la Ciudad de Latacunga, y determinar la muestra de los Moradores de la Ciudad Latacunga.	Diagnóstico del estado actual del uso de recurso didácticos	Encuesta Entrevista Observación Citas Bibliográficas Referencias

<p>Analizar los datos obtenidos en la investigación, mediante la visualización de encuestas, entrevistas y fuentes encontradas, para determinar el proceso que se seguirá para culminar el documental cronista.</p>	<p>Revisar documentos.  Analizar el contenido a representar usando los recursos didácticos.</p>	<p>Tipología de recursos a utilizar.</p>	<p>Recabar información bibliografía  Encuestas</p>
<p>Producir un documental cronista sobre un buen trato animal, utilizando las técnicas de Producción Audiovisual, para obtener un producto audiovisual capaz de sensibilizar al público objetivo a tener un trato adecuado hacia la población canina.</p>	<p>Crear el documental mediante una investigación previa.</p>	<p>Biblioteca con recursos didáctico digitales para la enseñanza de las artes visuales multimedia</p>	<p>Post producción  Edición  Corrección de color  Corrección de sonido</p>

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. ESTRATEGIA DE MARKETING**

De acuerdo a PARMELEE (2001). La formulación de una estrategia comienza con los resultados deseados extraídos de la formulación de sus metas y objetivos previos, determinando luego su habilidad para obtener esos resultados y desarrollar el método para lograrlo. En síntesis, la estrategia es el conjunto de decisiones que definen el enfoque de marketing general a seguir para acceder a las metas que se fijó. Entonces, las estrategias serán convertidas en tácticas concretas y planes de acción, ligadas a programas de tiempo, también concretos. (Pág.81)



La estrategia de marketing es el conjunto de actividades ordenadas para llegar a los objetivos deseados, las estrategias de marketing puede incluir planes de acción establecidas no sólo que tengan en cuenta la situación de las personas. La estrategia de marketing es una actividad que promueve, gestiona y transmite la idea, establecido el objetivo debe existir un tiempo determinado para la implementación y para lograr los objetivos.

## **8.2. *MARKETING SOCIAL***

Según PARMELEE (2001). Define al marketing social como: “El diseño, la implementación y el control de programas que buscan aumentar la aceptabilidad de una idea, causa o práctica social en un grupo meta”.

Utiliza conceptos de segmentación de mercado, investigación de consumidores, comunicación, facilidad incentivo y cambiar la idea de utilidad por la satisfacción máxima del grupo.

El campo no lucrativo abarca numerosas entidades que tienen varias diferencias y similitudes entre ellas, que ayudan a satisfacer las necesidades del grupo meta influyendo en el comportamiento voluntario de los usuarios, tomando en cuenta las redes sociales y blogs como un eje fundamental de marketing social para relacionarse los clientes con los usuarios.

## **8.3. *ESTRATEGIA COMUNICACIONAL***

Según PHILIP (2001). La estrategia comunicacional es la encargada de darle unidad a las diferentes propuestas para la campaña.

La definición de la estrategia comunicacional es efectiva porque demuestra el éxito del trabajo, siendo un eje fundamental para concebir la relación existente entre el concepto, el slogan que se decida y las actividades que se realicen, con el fin de ver todos los esfuerzos con el mismo objetivo. La estrategia comunicacional principalmente se caracteriza por ser una herramienta de planificación global.

## **8.4. *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN***

De acuerdo a PARMELEE (2001). La estrategia de marketing se complementa con las políticas de comunicación, que comprenden todas las políticas de comunicación, que comprende todas las acciones destinadas a dar a conocer el producto o servicio. (Pág. 141)

La política de comunicación se define como la comunicación persuasiva diseñada para enviar mensajes a la audiencia y llegar a la meta planteada.

Los anunciantes crean mensajes para lograr los objetivos, la publicidad determina lo que quiere lograr, buscando atraer al público, siendo una comunicación informativa.

### **8.5. COMUNICACIÓN RACIONAL**

Según GARCÍA-Uceda (2011). Manifiesta que ocurre argumentación lógica, sobre características intrínsecas del producto. Estos razonamientos pueden llevar al receptor a deducir el contenido del mensaje, a inducirlo, o a hacer uso de la analogía o la retórica para su comprensión.

Este tipo de comunicación intenta probar la calidad del producto y la utilidad para el consumidor, realizando una demostración del producto, cuando el anunciante utiliza la comunicación racional, también se apela a la lógica del consumidor, persuadiendo al consumidor a elegir el producto.

Los mensajes de comunicación están dirigidos a la lógica y el interés personal del receptor, haciendo hincapié en hechos concretos, la presentación de argumentos razonados y centrarse en las necesidades de información.

### **8.6. COMUNICACIÓN EMOCIONAL**

Para GARCÍA-Uceda (2011) “Aquella que aporta una carga psicológica en el contenido de su mensaje. Este tipo de publicidad suele hacer hincapié en los resultados del uso del producto y en las satisfacciones que el consumidor obtendrá con él.” (Pág.82).

La comunicación emocional se toma el tiempo para elegir cuidadosamente cada detalle, incluyendo el tono, la iluminación, los colores y el ánimo de los elementos que serán parte de la estrategia de comunicación, la alegría y otras emociones humanas.

Un vínculo emocional puede llevar el mensaje de una forma más potente en la comunicación, muestras los beneficios a través del drama y se basa en ellos que llegará a crear un vínculo emocional.

La comunicación emocional es mucho más directa en su persuasión. El cerebro tiende a recordar las cosas que evocan emociones básicas como la tristeza y disgusto, un mensaje atractivo para estas emociones puede vincular los sentimientos.

### **8.7. COMUNICACIÓN INSTINTIVA**

De acuerdo a GARCÍA-Uceda (2011). Este tipo de comunicación utiliza estímulos que no son percibidos conscientemente ya que se emiten con intensidad inferior a la precisa para su captación consciente, pero que tienen la capacidad de influir en la conducta de los destinatarios, con la finalidad de inducirlos a convertirse en compradores. El receptor no es consciente de estar recibiendo este tipo de estímulos (Pág.83).

La comunicación instintiva pretende persuadir a las personas simplemente a crear un sencillo movimiento mental inconsciente que lo incentive obtener el producto o sencillamente comprarlo. Esto representa establecer en la memoria de las personas lo que vieron.

Fundamentalmente, debido a que una gran cantidad de toma de decisiones es inconsciente y automática, las personas por lo general no pueden explicar sus motivaciones, la comunicación instintiva transmite el mensaje para que sea la causa automática e inconsciente que motive a las personas a actuar de la forma en que se pretende que actúe.

### **8.8. COMUNICACIÓN MEDIANTE ATL**

Según BALLESTEROS (2010), “La publicidad tradicional, o también llamada Above the line o por sus siglas ATL, léase televisión, radio y prensa, busca la atención de los individuos para despertar la necesidad e impulsarlos a comprar”. (Pág. 46)

El ATL es un tipo de comunicación a través de medios masivos como la televisión, cine, radio, prensa, banners es de naturaleza convencional y se considera impersonal al público. Especialmente está diseñado para un público masivo, y su objetivo principal es a menudo para construir un mensaje en el público, ayudará a lograr los mejores resultados en el menor tiempo posible.

Las empresas enfocadas al ATL tienen un alcance más amplio en comparación con las herramientas de comunicación de otros medios. En la actualidad es más fácil tener acceso a los medios, casi todo el mundo, de casi todos los niveles socio-económicos, pueden sintonizar la radio, ver programas de televisión, ver vallas, leer los periódicos y revistas, por ende, están expuestos casi todo el tiempo a la recepción de mensajes, estos medios son los que tradicionalmente se comunican con el público.

## **8.9. CAMPAÑAS SOCIALES**

Según GÓMEZ (2001) “En la cotidianeidad de las organizaciones de la sociedad civil se planta habitualmente la necesidad de lanzar campañas sociales destinadas a producir una modificación en las actitudes, hábitos o conducta de algún sector de la población.”(Pág. 100)

El marketing de conciencia social se centra principalmente en temas sociales como la integración nacional, la contaminación, la planificación familiar, el maltrato animal, etc. El objetivo principal de este tipo de marketing es educar a las masas a través de mensajes contundentes.

El deseo de resolver estos problemas se traduce en los desarrollos de campañas sociales que tienen como objetivo modificar las actividades y a la conducta de las personas que integran la sociedad.

### **8.9.1. ELEMENTOS DE UNA CAMPAÑA DE CAMBIO SOCIAL SON:**

- a) **Causa:** Un objetivo social que los agentes de cambio consideran que ofrecerá una respuesta acertada a un problema social.
- b) **Agente de cambio:** Un individuo u organización que intente generar un cambio social y lo que implica una campaña de cambio social.
- c) **Destinatarios:** Individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo de los llamados al cambio.
- d) **Canales:** Vías de comunicación y distribución a lo largo de las cuales se intercambian y transmiten hacia delante la influencia y respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios.
- e) **Estrategias de cambio:** La dirección y el programa adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conductas de los destinatarios.

Las campañas de cambio social son necesario para generar una respuesta positiva de la sociedad o público objetivo, aplicando los distintos elementos como la causa que ofrece respuestas a los problemas sociales, el agentes de cambio que implica como su nombre lo dice cambio social, los canales como vías de distribución y las estrategias de cambio que llevan a cabo el cambio de actitudes a los destinatarios, de este modo beneficiando a la sociedad.

## **8.10. MALTRATO ANIMAL**

Según RICHARD (2012). La crueldad hacia los animales es el tratamiento que causa sufrimiento o daño a animales. Algunos consideran sólo el sufrimiento por simple crueldad a los animales, mientras que otros incluyen el sufrimiento infligido por otras razones, como la producción de carne, la obtención de piel, los experimentos científicos con animales, los espectáculos con animales.

Muchas veces se piensa que las personas que defienden los animales son personas sentimentales, defender a los animales se basa en valores principalmente en el respeto hacia la vida. Existen varios criterios en los que manifiestan que los animales no deberían tener derechos, ellos no tienen uso de razón siendo esta causa para que no les defiendan.

### **8.10.1. TIPOS DE MALTRATO ANIMAL**

Según RICHARD (2012). Existen muchas razones por las cuales los animales sufren posibles abusos. La crueldad animal abarca una amplia gama de acciones o falta de acciones, por lo que una respuesta general, simplemente no es posible. Cada tipo de abuso ha mostrado ciertos patrones de comportamiento que se pueden utilizar para ayudar a entender más acerca de por qué la gente comete los crímenes que se cometen en la actualidad.

La crueldad animal a menudo se divide en dos categorías principales: La pasiva y la activa.

Maltratar a los animales o someterlos a cualquier práctica (medica, científica o física) que les pueda producir daño es injustificado, los animales deben recibir un trato ético, ya sean animales enfermos, abandonados. Nada justifica el maltrato hacia los mismos por parte de las personas.

Existen dos tipos de maltrato animal:

#### **8.10.1.1. CRUELDAD PASIVA**

Según RICHARD (2012). Crueldad pasiva o por omisión, se caracteriza por los casos de abandono, donde la crueldad es la falta de acción en lugar de la acción por sí misma, sin embargo, una negligencia animal puede causar demasiado dolor y sufrimiento al mismo.

Existen varios signos de negligencia animal como el hambre, la deshidratación, las infestaciones de parásitos.

El maltrato, el abandono y la negligencia es el resultado de la desinformación de las personas, el abuso de los animales es una señal de alerta que indica maltrato familiar.

Existiendo varios signos y síntomas de maltrato hacia los animales como verlos en estado

deplorable (deshidratación, dolor, sufrimiento) y de las pieles encontrar prendas de vestir.

#### **8.10.1.2. CRUELDAD ACTIVA**

Según RICHARD (2012). La crueldad activa, implica una intención maliciosa, cuando una persona deliberadamente e intencionalmente causa daño a un animal, y a veces se refiere a lesión no accidental. Los actos de crueldad intencional a menudo son algunos de los signos más preocupantes y deben ser considerados de graves problemas psicológicos y sociales

Este tipo de comportamiento se asocia a menudo con el maltrato familiar si una persona agrede a un animal es posible que agrede a su familia, los animales no pueden defenderse de la mayor parte de la terrible crueldad y el sufrimiento que inflige a ellos, y de cómo sus vidas están literalmente en manos humanas.

#### **8.11. ASOCIACIONES PROTECTORAS DE ANIMALES**

De acuerdo a SALT (1999) La compasión por el sufrimiento de los animales y la preocupación por la protección de los animales abandonados y maltratados llevó en el siglo XIX a la promulgación de legislación sobre el trato a los animales y a la formación de sociedades protectoras de animales (Pág. 11)

Los animales merecen vivir en su hábitat, sin daño, abuso o explotación. Las asociaciones de protección animal fomentan el trato adecuado, a medida que la población animal está desapareciendo a un ritmo alarmante en todo el mundo, muchas organizaciones animales están avanzando con la misión de tratar de crear conciencia y salvar a estas magníficas criaturas.

Las asociaciones de protección animal por lo general, son sin fines de lucro, se dedican a luchar por crear conciencia de los derechos animales en todo el mundo para la protección, conservación y respeto por todos los seres vivos, a través de las actividades para promover el cuidado y buen trato a los animales, estas instituciones y trabajan para reducir el sufrimiento y para crear un cambio social para los animales.

##### **8.11.1. PETA**

Según la página web de PETA (2012), que en sus siglas en inglés significa “People for the Ethical Treatment of animals” (Personas por el trato ético de los animales) fue fundada en 1980, y es probable que en la actualidad sea la organización más conocida y más vocal de todos los derechos de los animales que existe.

Esta organización se suscribe a la creencia de que los animales tienen el mismo valor que los seres humanos, la casa debe ser prohibida.

PETA es una organización protectora de los derechos de los animales no un grupo de bienestar animal. Esta organización se basa en el principio de que los animales no pertenecen a los humanos para comerlos, vestir, experimentar, o usarlos para entretenimiento. Los animales tienen el mismo valor que las personas.

### ***8.11.2. ANIMA NATURALIS***

De acuerdo a la página web de Anima Naturalis (2012), es una organización internacional sin fines de lucro de los derechos animales organización cuyo activismo se orienta hacia la liberación animal. Fue fundada en Marzo de 2003, y cuenta con oficinas en España y en algunos países de América Latina.

Su principal objetivo consiste en luchar en contra de la utilización de los animales como alimentos, para el entretenimiento en tradiciones, en laboratorios, en desfogue de las emociones que se consideran crueles, y el maltrato a los animales como mascotas y animales en general.

Los animales son seres que aman sin mirar las condiciones, pero no tienen las mismas condiciones físicas para defenderse, es de suma importancia la labor que realizan las instituciones animalistas.

### ***8.11.3. ASOCIACIONES PROTECTORAS DE ANIMALES EN ECUADOR***

De acuerdo a la página web de PAE (2012), En Ecuador existen un sin número de asociaciones protectoras de animales. Así como también existen oficinas de organizaciones internacionales

Sin embargo en varias ciudades del país se han fundado algunas organizaciones conformadas por activistas defensores de los animales e instituciones, que se dedican a velar por el bienestar de los mismos y defender cada uno de sus derechos como seres vivos, gestionan albergues, realizan campañas de anti-abandono y campañas de esterilización para evitar que la población siga creciendo descontroladamente.

De esta manera fomentar la tenencia responsable de los animales.

### ***8.11.4. PAE (PROTECCIÓN ANIMAL ECUADOR)***

De acuerdo a la página web de PAE (2012), Es una organización dedicada a promover la

protección y el bienestar animal, a través de programas de educación, control de población, salud preventiva, rescate, y reubicación.

Es una organización de protección animal dedicada acabar con la discriminación de animales y promover el trato adecuado de los mismos, así como también la fundación FADA (Fundación amigos de los animales) es una organización dedicada a promover la protección y el bienestar animal, a través de programas de educación, control y de población diaria

### **8.12. DISEÑO**

Según FRASCARA (2012). El diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible. (pág. 42)

El diseño en la actualidad se define como una idea generada en la mente de las personas y que sigue estrategias para poder ser materializadas en soporte funcional.

### **8.13. DISEÑO GRÁFICO**

Según BUCHANAL (2003). El diseñador gráfico es el codificador de los mensajes. Su función es solucionar problemas de comunicación visual; es una especie de intérprete intermediario entre el usuario del diseño y el consumidor. (pág. 15)

El diseño gráfico es un medio de comunicación que puede ser codificado mediante un mensaje que busca solucionar problemas de comunicación visual.

Siendo una disciplina que idea y proyecta cada uno de los mensajes a través de imágenes. El diseño gráfico se encuentra en diversos ámbitos como diseño publicitario, audiovisual, diseño editorial, identidad corporativa, entre muchos.

#### **8.13.1. ELEMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO**

BUCHANAL (2003), manifiesta que; Los elementos y principios del diseño gráfico como punto, línea, luz, equilibrio, contraste y proporción son el vocabulario que emplea el diseñador gráfico para dar significado a toda comunicación visual. (pág. 10)

El diseño gráfico cumple el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar los factores tomando en cuenta los diferentes elementos fundamentales como luz, línea, equilibrio que nos ayuda a dar un mensaje claro con la ayuda de la comunicación visual.

### **8.14. EL COLOR**

BUCHANAL (2003), manifiesta que; El color es uno de los elementos más poderosos y comunicativos del lenguaje del diseño gráfico. Nos afecta a todos, por que confiere energía visual



y variedad a todo lo que vemos a diario el color se usa para atraer la atención, (pág. 63).

El color en el diseño es un elemento muy importante y fundamental porque confiere energía visual y variedad que atrae la atención de los espectadores. Jugando con susceptibilidad de las personas a nuestra conveniencia. El color es el elemento primordial para todo tipo de trabajo incluyendo audiovisual.

### **8.15. DOCUMENTAL**

De acuerdo a MOLES (1999), “El documental es una representación de la realidad, entendemos por representación “La producción del significado a través del lenguaje”, en este caso el lenguaje que usa en un medio audiovisual en el que se representa una en el que representa una realidad. “(pág. 18)

Moles en su concepto habla de una producción del significado a través del lenguaje, pero olvida mencionar que esta producción debe ser codificada dependiendo de los diferentes resultados que se quiere obtener, para este documental se presente trabajar en cada escena, los elementos a utilizarse, el color, la música, los ángulos, las planos, con el objetivo de crear un elemento audiovisual que llegue a lo más profundo del ser.

De acuerdo a Baena (1985) “la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información”, (p. 72).

El documental recolecta información acerca de un tema a tratarse en un documental basándose en diferentes fuentes de información.

#### **8.15.1. DOCUMENTALES MULTIMEDIA**

De acuerdo a LOPÉZ, Alfonso (1993) manifiesta que se trata de "información multimedia" y de su tratamiento, almacenamiento, recuperación y difusión ("documentación multimedia").(pág.53)

Los documentales multimedia son la recolección de información multimedia para poder ser difundida. Debe estar siempre ligado con un carácter complejo y abierto estando proyectados para variaciones y cambios. Los documentales multimedia pretenden interactuar y representar la realidad, cumpliendo con las técnicas y cumpliendo con la función de comunicación.

### **8.15.2. ELEMENTOS MULTIMEDIA**

PEÑA, Claudio (2010) dice: Cualquier aplicación, documento o sistema multimedia está constituido por elementos informativos de diferente naturaleza, para presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, vídeo y animación. (pág. 112)

**Texto:** Son mensajes lingüísticos codificados mediante signos procedentes de distintos sistemas de escritura. A pesar de ser uno de los medios de comunicación más clásicos y tradicionales, sobre ellos descansa la estructura conceptual y argumental básica de buena parte de los productos multimedia.

**Sonido:** Los sonidos se incorporan en las aplicaciones multimedia principalmente para facilitar la comprensión de la información clarificándola. Los sonidos pueden ser locuciones orientadas a completar el significado de las imágenes, música y efectos sonoros para conseguir un efecto motivador captando la atención del usuario.

**Imágenes:** Son representaciones visuales estáticas, generadas por copia o reproducción del entorno (escaneado de imágenes analógicas, fotografías digitales.) Son digitales; están codificadas y almacenadas como mapas de bits y compuestas por conjuntos de píxeles, por lo que tienden a ocupar ficheros muy voluminosos. Junto con los textos, son el medio más utilizado en las aplicaciones multimedia para transmitir información.

**Vídeo:** Presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento mostrando los atributos dinámicos de un concepto está desarrollada para que el usuario pueda manipularlos a su gusto.

**Animaciones:** Son secuencias de gráficos por segundo que se generan en el observador la sensación de movimiento con sentido propio, se acoplan con los productos multimedia creando ambientes con mayor control de la situación y que es disfrutada por el usuario.

Los elementos multimedia ayudan a un documental a ser más realista ya que con ellos podemos presentar un sinnúmero de imágenes, sonidos y videos relacionados a un tema.

### **8.15.3. EDICIÓN**

Colmenar Antonio (2004). Es el proceso mediante el cual partiendo de diversas fuentes de video, audio e imagen fija se crea un video en el que se combinan las imágenes y se añaden transiciones y títulos.

La edición es la creación de falsas realidades, la edición se refiere a un proceso para crear un material que consiste en el corte de secuencias para lograr la duración

deseada y que el producto guste al espectador. En la edición se emplean medios técnicos como la colocación de fragmentos de video, gráficos, audio, fotografías, efectos digitales entre otros.

#### **8.15.4.SINCRONIZACIÓN SONORA**

De acuerdo a Martínez (2010). La idea de combinar imágenes en movimiento con sonido grabado es casi tan antigua como el propio concepto de cine. La sincronización, las imágenes y el sonido se grababan y reproducían en aparatos separados, en los cuales era difícil iniciar su funcionamiento y mantener su sincronización.

La sincronización sonora es la combinación de imágenes en movimiento es casi antigua como el concepto del cine, gracias a la tecnología que día a día ha ido creciendo, y con ello los proyectos de imágenes en movimiento, permitiendo que la audiencia sea más grande y se muestre interesada en nuevos proyectos incorporando imágenes y audio que capte la atención de la audiencia.

#### **8.15.5.COLORIZACIÓN**

De acuerdo Aton (2015). La colonización film o colonización película es un proceso que le da color a las imágenes en movimiento, imágenes en blanco y negro, sepia o blanco y negro. Se puede hacer como un efecto especial, o para modernizar las películas en blanco y negro, o para restaurar las películas de color.

La Colonización es una de las técnicas más importantes dentro de la edición, convirtiéndose el material perfecto y con mayor valorización.

Se puede transformar completamente la imagen, hasta llegar al objetivo deseado, dando un aspecto más cinematográfico a los que estamos acostumbrados a la colonización también se lo llama magia del séptimo arte.

#### **8.15.6.GRAFISMO Y COMPOSICIÓN**

Alberich Jordi (2007). Manifiesta que el grafismo se logra a través de variaciones en las dimensiones compuestas por: la ubicación, color, el tamaño, el equilibrio, contraste y por último la simetría, estos diferentes elementos que conforman el grafismo que perciben por el destinatario de acuerdo con la influencia que posee cada uno de estos conceptos.

En el grafismo cada uno de los elementos son importantes para lograr un material armónico y adecuado a la vista del público objetivo. La ubicación es primordial

porque la posición que ocupa cada elemento gráfico es importante en el espacio del grafismo, el color, el tamaño siendo este relativo de cada elemento gráfico, el tamaño considerándolo a este mayor o menor y en el contraste es la visualización de cada elemento con relación a los que están a su alrededor.

Manovich Lev (2001). Manifiesta que la Composición, tal como se utiliza en los en el campo de los medios, tiene un significado particular y bien definido. Se refiere al proceso de combinar un cierto número de secuencias de imágenes en movimiento, y tal vez de imágenes fijas, en una única escena, con la ayuda de programas especiales de composición, como alter effects (Adobe), él compositor (Alias Havefront) o el Cineon (Kodak).

La composición fue formalmente definida en un artículo publicado en 1984 por dos informáticos que trabajan para Lucasfilm, y que establecieron un significado analogía entre las composiciones y la programación informática.

Separar la imagen de elementos que pueden renderizar de manera independiente ahorra una enorme cantidad de tiempo. La composición de esos elementos utiliza las máscaras para reunir la imagen final.

Todos los elementos que integran la composición se alinean en perspectiva y se modifican para que tengan un mismo contraste y todo sea armónico, la composición se utiliza de una manera rutinaria, la composición es la disposición equilibrada de cada uno de los elementos para expresar sensaciones favorables, teniendo un significado claro o una intensión consiente con el mensaje que se desea transmitir.

#### ***8.15.7. TIPOS DE DOCUMENTAL***

Según BUCHANAL (2003), Existen muchos tipos de documental, las clasifica “Según su **objetivo** y el **material documentado**, los documentales pueden clasificarse en: Documental Científico, Natural, Periodístico, Cronista, Social, Explorador, Ficcional “ (Pag.6)

Buchanal expresa que existen varios tipos de documental, tomando en cuenta que los clasifico por su objetivo y material documentado, siendo de esta manera muy importante para la comprensión de su contenido, surgiendo de la idea de presentar piezas cinematográficas o televisivas. Teniendo como objetivo la comunicación.

### **8.15.7.1 DOCUMENTAL CRONISTA**

Para Magdalena Seillé (2012), el Documental Cronista “se asemeja al periodístico, solo que la influencia periodística en materia de subjetividad intenta ser anulada, en la medida de lo posible. Prevalecen los hechos de manera sincrónica, como ocurrieron, y tienen la finalidad de relatar un acontecimiento específico de la manera más clara y consecuente posible. Los documentos utilizados son generalmente los que recolecta el cronista alrededor de esta investigación.” (Pág. 71)

Magdalena Seillé manifestó que el documental cronista tiene una gran semejanza al documental periodístico, este documental se enfoca en este tipo de documental porque este debe ser relatado de manera sincrónica de cómo ocurrieron los hechos, relatando de una manera, entendible y consecuente posible.

### **8.16. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

FEDERICO Fernández Díez, (2009) menciona que “Una producción audiovisual pasa necesariamente por diferentes fases desde el momento de su gestación hasta su presentación definitiva. En este apartado vamos a exponer en forma sintética un proceso típico de producción de una obra audiovisual presentando desde el interés que tiene para el productor.” (pag.45)

Federico en su concepto de Producción Audiovisual habla de las diferentes fases que contiene la producción hasta llegar a la presentación definitiva, considerando que este es un proceso muy importante en la presentación del documental.

#### **8.16.1. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

Carolina Barco García, (2009) indica que la primera etapa es la **PREPRODUCCIÓN**, en la cual “debe prepararse todo lo necesario para cumplir satisfactoriamente la fase posterior, la del rodaje. De modo que cuanto mejor se haya preparado el equipo para todo lo previsto pero también para los posibles problemas e imprevistos, más fluido y provechoso será el rodaje” también menciona en su libro que la segunda fase es la **PRODUCCIÓN** y esta es muy importante ya que “es la ejecución de lo planificado, en esta etapa se ejecuta los diálogos, la música, los efectos sonoros, los sonidos de ambiente y los silencios que han de acompañar a cada una de las escenas” la autora indica que la última etapa es la **POSTPRODUCCIÓN** que “Es el momento donde se amalgama todo lo investigado, coordinado, ideado, grabado y filmado, y donde se editan las distintas tomas creando una unidad que consiga integrarlas al servicio de una idea audiovisual.” (Pág. 93-95)

Carolina Barco manifiesta que la primera etapa de la Producción Audiovisual es la preproducción, considerando que en esta se debe tener todo lo necesario para cumplir con el objetivo deseado, hay que tomar en cuenta que en la producción se ejecuta con lo planificado como música, diálogos, ambientación y efectos, y en la postproducción editamos la distinta toma obtenida.

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS:**

### **9.1. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

- ¿Cómo el desconocimiento de la ciudadanía ha provocado un trato inadecuado hacia la población canina en el Cantón Latacunga?
- ¿Cuáles son las causas para que se dé el maltrato en los caninos?
- ¿Cree que la elaboración de un documental pueda sensibilizar a las personas hacia un buen trato a los caninos?

La Elaboración del Documental Cronista, permitirá que la ciudadanía en general se informe de la labor que hacen las instituciones (PAE LATACUNGA, SOS SALVANDO PATITAS, CLINICA VETERINARIA MI MASCOTA) y activistas defensores de los animales que trabajan por el bienestar de los mismos, rescatando, cuidando y dando en adopción, se conocerá las causas que provoca un maltrato de perros y de esta manera sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado hacia la población canina en el Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

## **10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL:**

### **10.1 METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN**

#### **10.1.1 Método Descriptivo**

Este método será utilizado para recolectar información el desconocimiento de la ciudadanía del Cantón Latacunga sobre el trato adecuado hacia los perros.

Con este método de investigación se podrá determinar cuál es la realidad en la que viven los caninos.

#### **10.1.2 Investigación de Campo**

Puesto que este tipo de investigación fue de gran importancia para la realización de este

proyecto, como miembros de este trabajo investigativo, se presencié la facilidad de recopilar, describir el problema y encontrar las causas del mismo, así permitirá llegar a una conclusión del porque existe una escasa información por parte de la ciudadanía Latacungeña acerca de la realidad que viven los caninos y las ventajas de tener un buen trato animal, la cual permitió tomar datos que serán útiles para la realización de este producto.

### **10.1.3 Investigación Descriptiva**

Utilizando el método descriptivo ayudará a determinar cuáles son las causas que evita el cultivo de valores más humanitarios a favor de los perros domésticos y callejeros de la ciudad de Latacunga. Se realizará un estudio de campo, para tener fuentes directamente con los afectados que son los caninos de las diferentes parroquias del cantón Latacunga, se investigará en las calles las causas del maltrato de los caninos. Y se llevará a cabo un método de documentación para recopilar, analizar, seleccionar la información que se obtendrá por medios escritos tales como folletos, revistas y videos referentes al buen trato animal, donde se podrá conocer la investigación previa a la misma, y brindar una nueva, mejorada y estructurada propuesta de un documental cronista.

## **10.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

### **10.2.1 Encuesta**

Preguntas que se lo realizo a varias personas o público objetivo, con la finalidad de obtener datos y búsqueda de información necesaria.

Por medio de esta técnica, las encuestas se realizaron a: Encuesta aplicada a moradores de la Ciudad Latacunga

### **10.2.2 Entrevistas**

Esta técnica consiste en obtener información oral del entrevistado. Permite obtener el conocimiento de expertos que estuvieron cerca de los hechos acontecidos.

En esta investigación se aplicó la entrevista a Instituciones de protección animal (PAE LATACUNGA, SOS SALVANDO PATITAS, Dr. Castellano de la CLINICA VETERINARIA MI MASCOTA) y Activistas Defensores de los animales de la ciudad de Latacunga.

### **10.3 SELECCIÓN DEL LUGAR Y ESTUDIO PRELIMINAR**

El lugar que se seleccionó para aplicar la metodología es la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga.

#### **10.3.1. Parroquia Urbanas – Cantón – Provincia**

La Matriz - Latacunga – Cotopaxi

Eloy Alfaro (San Felipe) – Latacunga - Cotopaxi

Ignacio Acosta (San Sebastián) – Latacunga - Cotopaxi

San Buenaventura – Latacunga – Cotopaxi

Eloy Alfaro (San Felipe) – Latacunga – Cotopaxi

#### **10.3.2. Parroquia Rurales – Cantón – Provincia**

Toacaso – Latacunga – Cotopaxi

San Juan de Pastocalle – Latacunga – Cotopaxi

Mulaló – Latacunga – Cotopaxi

Tanicuchí – Latacunga – Cotopaxi

Guaytacama – Latacunga – Cotopaxi

Aláquez – Latacunga – Cotopaxi

Poaló – Latacunga – Cotopaxi

Once de Noviembre – Latacunga – Cotopaxi

Belisario Quevedo – Latacunga – Cotopaxi

Joseguango – Latacunga – Cotopaxi

### **10.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **10.4.1. Población**

En la Provincia de Cotopaxi, Ciudad de Latacunga existe un población de 170.500, es necesario elaborar el cálculo de la muestra.



## 10.4.2. Muestra

### Fórmula Muestra

$$n_o = \frac{Z^2 * Pq}{e^2}$$

Fórmula cuando se conoce la población ajuste:

$$n' = \frac{n_o}{1 + \frac{(n_o - 1)}{N}}$$

N= 170.500 Población Cantón Latacunga

Nivel de confianza

$$1 - \alpha = 95\% \quad Z=1.69$$

Error máximo permitido entre 3% y 5%

$$e = 4\% \quad e = 0.04 \quad \text{Valor relativo}$$

**p** = Proporción

$$P + q = 1$$

$$q = 1 - p$$

$$q = 1 - 0.5 = 0.5$$

$$q = 0.5$$

### MUESTRA 4 % DE ERROR

$$N = 170.500$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.04$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$n_o = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * 0.5}{(0.04)^2}$$

$$n_o = \frac{3.84 * 0.25^2}{0.0016}$$

$$n_o = \frac{0.96}{0.0016}$$

$$n_o = 600$$

### Muestra Población Cantón Latacunga

$$n' = \frac{600}{1 + \frac{(600 - 1)}{170.500}}$$

$$n' = \frac{600}{1 + \frac{(599)}{170.500}}$$

$$n' = \frac{600}{1 + 0.0035}$$

$$n' = \frac{600}{1.0035}$$

$$n' = 0.59$$

## 11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:

### 11.1. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Encuesta aplicada a, moradores de las Parroquias Urbanas (La Matriz, Eloy Alfaro, Ignacio Acosta, San Buenaventura, Eloy Alfaro) y Parroquia Rurales (Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchí, Guaytacama, Aláquez, Poaló, Once de Noviembre, Belisario Quevedo, Joseguango) de la Ciudad Latacunga.

Con el fin de obtener información útil en el proceso de realización del documental cronista, el objetivo de esta encuesta es conocer el medio de difusión que más llama la atención a los ciudadanos Latacungueños, así como saber si son conscientes en saber que existe maltrato animal en la Ciudad, conocer las causas que generan este trato inadecuado hacia la población canina, y saber si un proyecto audiovisual es necesario para sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado a los perros.

**Pregunta 1: ¿Qué medio de difusión piensa usted es el más efectivo para la difusión de un buen trato animal?**

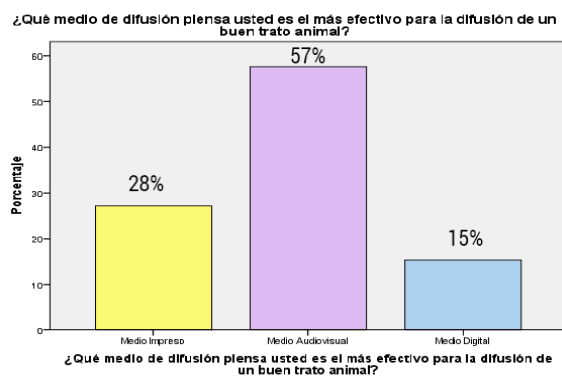
**Tabla 2. ¿QUÉ MEDIO DE DIFUSIÓN PIENSA USTED ES EL MÁS EFECTIVO PARA LA DIFUSIÓN DE UN BUEN TRATO ANIMAL?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio Impreso	16	28	28	27,1
	Medio Audiovisual	34	57	57	84,7
	Medio Digital	9	15	15	100,0
	Total	59	100	100	
<b>Total</b>		<b>59</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**GRÁFICO 1. ¿QUÉ MEDIO DE DIFUSIÓN PIENSA USTED ES EL MÁS EFECTIVO PARA LA DIFUSIÓN DE UN BUEN TRATO ANIMAL?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos en las encuestas un 28% de habitantes prefieren el medio de difusión impreso, por la comodidad de poder conseguir y llevar a todos lados una información, 57% de ellos están más a gusto con un medio audiovisual, esto se debe a la fácil comprensión de un mensaje que estos brindan y el 15% de habitantes se inclinan por un medio digital, por el costo elevado que requiere el mismo.

**Pregunta 2: ¿Cuáles cree que son las causas para que se de el maltrato en los caninos?**

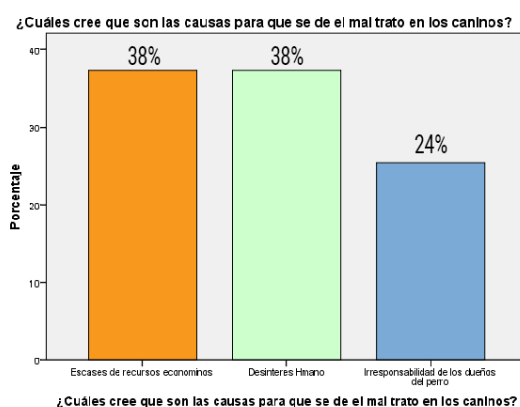
**Tabla 3. ¿CUÁLES CREE QUE SON LAS CAUSAS PARA QUE SE DÉ EL MALTRATO EN LOS CANINOS?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Escases de recursos económicos	3	38	38	37,3
	Desinterés Humano	22	38	38	74,6
	Irresponsabilidad de los dueños del perro	15	24	24	100,0
	Total	59	100	100	
<b>Total</b>		<b>59</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**GRÁFICO 2. ¿CUÁLES CREE QUE SON LAS CAUSAS PARA QUE SE DÉ EL MALTRATO EN LOS CANINOS?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos en las encuestas el 38% de habitantes piensan que el problema es el escases de recursos económicos, y otro 38% están convencidos que el problema está en el desinterés Humano, mientras que el 24% de habitantes dicen que existe irresponsabilidad de los dueños del perro, son porcentajes iguales y muy altos los que hablan de la escasez de recursos económicos y esto tiene que ver mucho con el estado actual de la economía del país y el desinterés humano el cuál se debe en parte a la falta de enseñanza sobre estos temas y el desconocimiento de los derechos de los caninos en las calles y los deberes que tiene como ciudadano.

**Pregunta 3: ¿Considera que existe una despreocupación hacia los perros callejeros en la ciudad de Latacunga?**

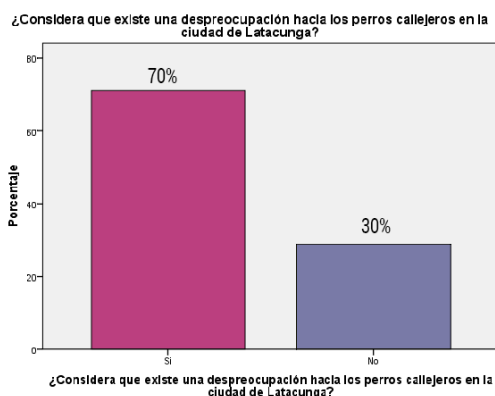
**Tabla 4. ¿CONSIDERA QUE EXISTE UNA DESPREOCUPACIÓN HACIA LOS PERROS CALLEJEROS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	42	70	70	71,2
	No	17	30	30	100,0
	Total	59	100	100	
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**GRÁFICO 3. ¿CONSIDERA QUE EXISTE UNA DESPREOCUPACIÓN HACIA LOS PERROS CALLEJEROS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### **Análisis e interpretación**

Los resultados de las encuestas realizadas a habitantes del cantón Latacunga dio como resultado que el 70% de habitantes piensan que si existe una despreocupación en la ciudad por este tema, estos habitantes conviven a diario con los perros callejeros y notan la despreocupación por parte de las autoridades y mismas personas, un 30% de ellos están convencidos que no existe un problema en la ciudad sobre el maltrato animal, él es probable que este grupo de personas no noten este problema debido a la desinformación que existe sobre este tema en los medios de comunicación y no miran el problema de cerca.

**Pregunta 4: ¿Conoce si existe algún organismo de protección a los animales en la Provincia de Cotopaxi?**

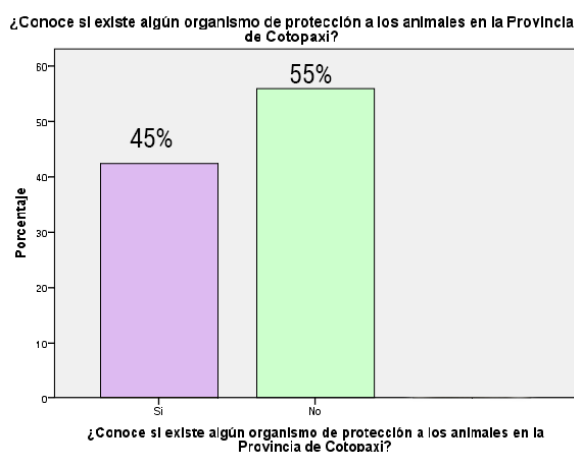
**Tabla 5. ¿CONOCE SI EXISTE ALGÚN ORGANISMO DE PROTECCIÓN A LOS ANIMALES EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	45	45	42,4
	No	34	55	55	98,3
	Total	59	100	100	100,0
Perdidos	Sistema				
<b>Total</b>		<b>59</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias del Cantón Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**GRÁFICO 4. ¿CONOCE SI EXISTE ALGÚN ORGANISMO DE PROTECCIÓN A LOS ANIMALES EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**Análisis e interpretación**

Se encontró en las encuestas realizadas que un 45% de habitantes conocen las diferentes instituciones a favor de esta causa, se debe a que muchas de ellas como PAE Latacunga, SOS Salvando Patitas, Mi Mascota entre otras tienen cuentas en las diferentes redes sociales lo que permite llegar a cierto número de personas, pero un 55% de ellos no saben de la existencia de los mismos, porque en el mayor de los casos un gran número de personas en su mayor parte adultos mayores no tienen acceso a estas cuentas para saber de las mismas.

**Pregunta 5: ¿Cree que la elaboración de un documental pueda sensibilizar a las personas hacia un buen trato a los caninos?**

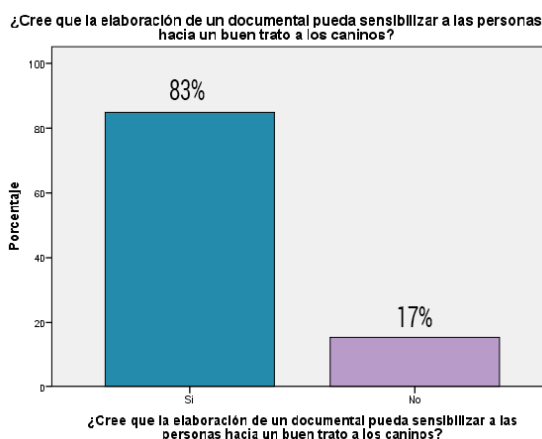
**Tabla 6. ¿CREE QUE LA ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTAL PUEDA SENSIBILIZAR A LAS PERSONAS HACIA UN BUEN TRATO A LOS CANINOS?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	83	83	84,7
	No	9	17	17	100,0
	Total	59	100	100	
Perdidos	Sistema				
<b>Total</b>		<b>59</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**GRÁFICO 5. CREE QUE LA ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTAL PUEDA SENSIBILIZAR A LAS PERSONAS HACIA UN BUEN TRATO A LOS CANINOS.**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias del Cantón Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### **Análisis e interpretación**

Las encuestas realizadas a los pobladores del Cantón Latacunga proporcionaron los siguientes resultados, un 83% de habitantes piensan que un documental sería de gran ayuda para fomentar un buen trato animal en la ciudad, por el hecho que de no existen medios entretenidos en los que se utilicen las nuevas tecnologías para apoyar una causa a favor de los animales, el 17% de habitantes opinan que no es necesario la creación de un documental, ya que el problema no es el desconocimiento y si la falta de cultura humanitaria.

**Pregunta 6: ¿Cree que hay beneficio al realizar un documental cronista para un buen trato a los caninos?**

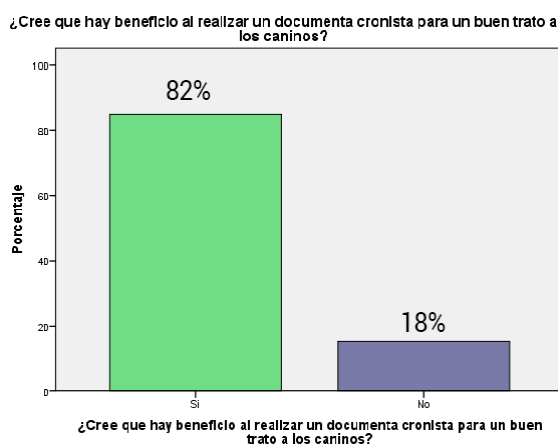
**Tabla 7. ¿CREE QUE HAY BENEFICIO AL REALIZAR UN DOCUMENTAL CRONISTA PARA UN BUEN TRATO A LOS CANINOS?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	82	82	84,7
	No	9	18	18	100,0
	Total	59	100	100	
Perdidos	Sistema				
<b>Total</b>		<b>59</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### **GRÁFICO 6. ¿CREE QUE HAY BENEFICIO AL REALIZAR UN DOCUMENTAL CRONISTA PARA UN BUEN TRATO A LOS CANINOS?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a moradores de las parroquias de la Ciudad Latacunga, en el mes de Mayo del 2016.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

#### **Análisis e interpretación**

Los resultados arrojados por las encuestas demuestran que el 82% de habitantes piensan un documental cronista es un recurso novedoso y aportara valores a favor de los perros abandonados en los ciudadanos Latacungueños, un 18% de habitantes mencionan que un documental no sería de gran ayuda para difundir esta causa ya que las personas no quieren ayudar a los animales porque no es de su agrado.

### **11.1.2. ANÁLISIS GENERAL**

Según los resultados obtenidos en las encuestas se puede observar que las personas Latacungueñas son atraídas en su mayoría por un medio audiovisual, y que es evidente un desinterés humano en los ciudadanos, además se puede notar que están de acuerdo en que un documental cronista sería de gran ayuda para cambiar en algo la situación de los perros callejeros en la ciudad, se considera que por el desconocimiento de las instituciones que trabajar por esta causa se debe tratar en el documental estos puntos ya que podría ser uno de los principales problemas del desconocimiento general sobre este tema, es necesario dar a conocer estos grupos de apoyo, clínicas involucradas y rescatistas, para que más personas se interesen en la causa y se unan a ellos.

## **11.2. PROPUESTAS:**

### **11.2.1 Guion Literario**

#### **IDEA**

La idea principal de este documental es sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado hacia la población canina, es un enfoque más profundo sobre el trato hacia los perros en la provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga, el objetivo de esta producción es motivar a las personas a tener un trato adecuado con los perros callejeros y domésticos, en el proceso de difusión de una ética correcta y valores.

**Para lo cual se proyectó la siguiente historia:**

#### **Introducción**

Una especie que ha evolucionado a través del tiempo, demostrando ser una figura de fidelidad, lealtad y servicio incondicional a la raza humana durante varias generaciones. Estableciendo un vínculo afectivo y duradero que permanece hasta la actualidad, sin embargo esta alianza parece debilitarse día a día. El mejor amigo del hombre está atravesando por una de las peores crisis de maltrato en la historia, acontecimientos de irresponsabilidad, abandono y maltrato, estas acciones provocó un problema social que actualmente afectan la salud humana, aumento de la contaminación y sobrepoblación canina. Fundaciones, Rescatistas y personas particulares luchan incansablemente por construir un mejor futuro para los desafortunados que algún día



fueron felices en un cálido hogar o para aquellos que desgraciadamente nacieron en medio del peligro y la oscuridad.

### **Título**

PERROS DE NADIE

### **Historia**

El lobo, una especie que apareció desde 800,000 años, desde sus orígenes un enemigo de la raza humana y se adaptó a las condiciones climáticas de todo el planeta, demostraron ser muy resistentes, rápidos, organizados y competitivos.

El principal motivo por la que nació la rivalidad con el humano fue por la alimentación, la falta de comida jugo un papel muy importante en el acercamiento de esta especie con el hombre.

### **Primera intervención:**

Científico (explica las diferencias entre perro y un lobo y su evolución)

### **Diálogo**

Después aparecerían los primeros caninos domésticos, criados por el hombre y una grata compañía para fines de caza y pastoreo gracias a su avanzado sentido del olfato y del oído, por otro lado los canes recibirían comida, protección y cariño, una ayuda mutua entre ambas especies sellarían una alianza firme y duradera a través del tiempo, fieles amigos que serán inseparables pase lo que pase.

### **Segunda Intervención**

Adiestrador canino policial o militar (habla sobre la ayuda del perro en la institución)

### **Diálogo**

Con el pasar de los años este vínculo parece debilitarse cada día, durante la guerra de Vietnam 3.800 perros sirvieron en las Fuerzas Militares Norteamericanas, después de haber salvado vidas, después de haber prevenido ataques y emboscadas del enemigo, ahorrar mucho dinero al estado, al final del conflicto se los catalogo como un “equipo excedente” pese a las suplicas de los adiestradores de los canes para llevárselos de vuelta fueron sacrificados y abandonados en manos de los vietnamitas. En las primeras semanas de nacimiento del cachorro se define el comportamiento de su vida mediante el ambiente social y físico, hay que tener las debidas precauciones para ayudar de forma positiva para que se integre a la sociedad, mantenerse siempre pendiente de las vacunas necesarias para la protección de las amenazas de futuras enfermedades y una fuerte alimentación en vitaminas.

**Tercera Intervención**

Una persona que tiene cachorros (habla sobre lo que significa para ella los cachorros en su familia)

**Diálogo**

El vínculo que establece un niño con un cachorro es esencial para salud y el bienestar mutuo, pueden aliviar la soledad, reducen significativamente el estrés, fomentan el ejercicio y lo más importante siembran una amistad inseparable. Genéticamente el perro es una de las pocas especies que pueden entender el lenguaje de ser humano, con el pasar del tiempo el cachorro se puede convertir en una puerta de aprendizaje, responsabilidad y estimula la imaginación, por ejemplo si el niño tiene un interés en enseñarle a su amigo un truco o un movimiento especial, tendrán que repetirlo varias veces hasta lograrlo eso promueve al niño el valor de la perseverancia por lograr un objetivo.

**Cuarta Intervención**

Niño (habla sobre lo que le ha enseñado a su perro con perseverancia)

**Diálogo**

El perro constituye un servicio incondicional en la sociedad contemporánea, muchas personas en busca de fortalecer un vínculo afectivo con su mascota planean actividades que la puedan realizar juntos, así pueden conocerse y desestresarse del mundo laboral, es importante siempre tener las debidas precauciones tanto para la persona como para el canino.

**Quinta Intervención**

Persona Deportista (habla sobre las actividades que hace con su perro)

**Diálogo**

Así como hay personas que siembran cada día una amistad duradera, también hay personas que al poco tiempo de adquirir una mascota, la abandonan, las causas pueden ser por varios factores; a veces los integrantes de la familia no se ponen de acuerdo, cambio de domicilio, persona cercana a su familia no le gusta los perros, el perro no es adecuado para su estilo de vida, la falta de atención para forjar una amistad, problemas de conducta, no obedece lo que desean que haga, nacen con alguna enfermedad que simboliza un egreso para el hogar, cuando envejecen y necesitan cuidados especiales, la llegada de un bebé o en la mayoría de los casos los abandonan cuando se preñan y futuramente representarán un problema económico, según datos oficiales del PAE 60% de perros callejeros tuvieron dueño.

**Sexta Intervención**

Sr. David Banda - Director de PAE (habla sobre el abandono de perros)

**Diálogo**

Con el aumento significativo de abandono en los últimos meses en el cantón de Latacunga representa un problema que se incrementa cada día, según las encuestas realizadas el nivel de abandono en las parroquias urbanas y rurales del cantón Latacunga marcan un porcentaje mayor hacia la capital, por lo que los caninos sin hogar buscan refugio en sitios públicos con densidad poblacional con el único objetivo de buscar alimento de los transeúntes.

**Séptima Intervención**

Sr Freddy Soria - Vendedor Ambulante (testimonio que ha visto muchos perros sobre el lugar)

**Diálogo**

Según los estudios y encuestas realizadas en los sitios públicos de la capital cantonal, las cifras apuntan hacia el mercado mayorista por muchas razones; la principal es por los innumerables negocios de alimentos y todos los canes compiten por lograr llenar sus estómagos entre vendedores y compradores.

**Octava Intervención**

Vendedora mercado mayorista (testimonio de los perros del lugar)

**Diálogo**

Después de buscar incansablemente en los depósitos de basura y no encontrar nada, surge la desesperación por alimentarse como instinto de supervivencia tratan de comer por las malas, por lo que los transeúntes pueden verse afectados inesperadamente por agresivos ataques o los vendedores en sus negocios, esperando un mínimo descuido para lograr quitar productos alimenticios.

**Novena Intervención**

Vendedora (habla sobre los perros que están atentos para robar los productos)

**Diálogo**

En ocasiones estos alimentos hurtados no son para su auto alimentación, las madres en estado de lactancia buscan la manera de que sus crías logren sobrevivir al brusco cambio climático, por tal motivo cavan con sus patas huecos en lugares que creen que sean seguros para su camada, generalmente lo hacen cerca de un río, debajo de los puentes o en casas abandonadas, con la finalidad de que sus crías permanezcan calientes y seguras.

**Décima Intervención**

Persona (habla sobre perro callejero que tiene a sus crías bajo un puente)

**Diálogo**

Los perros callejeros tiene un alto índice de mortalidad por los peligros que acechan la ciudad,

su principal problema; la escasez de alimentación lo cual afecta al metabolismo del can, pueden disminuir notablemente sus funciones vitales, los huesos se debilitan y se intensifica la proliferación de enfermedades que se transmiten al convivir con animales que tienen el mismo problema.

### **Onceava Intervención**

Dr. José Luis Castellanos – Clínica Veterinaria Mi Mascota (habla sobre las enfermedades de los perros callejeros)

### **Diálogo**

En Latacunga el 19 de enero de 2009 se aprobó finalmente una ordenanza que regula la tenencia responsable de perros, la cual instituye el buen trato a las mascotas e incluso impone sanciones a quienes la incumplen, sin embargo el desconocimiento de este reglamento y la falta de aplicación de la norma impide que se practique a cabalidad. Es evidente además la falta de un estatuto que direcciona las acciones que se deben tomar con los perros callejeros, por este motivo la entidad mayor cantonal como una de las alternativas de solución a esta problemática busca la promulgación de una ordenanza como instrumento de buenas intenciones pero esta idea se debilita al pasar los largos procesos para la aprobación y la decisión política de todas las autoridades.

### **Doceava Intervención**

Sr. Alex Páez – Feria Adopciones (explica que proyectos se tiene en marcha en beneficio de los perros o explica sobre la inexistencia de una entidad pública que se encargue del problema)

### **Diálogo**

Son innumerables los tipos de maltrato y los motivos que provocan esta clase de actos por parte del ser humano, la crueldad animal comprenden múltiples acciones u omisiones que causan sufrimiento, dolor o angustia, que desencadenan problemas más profundos que pueden llevar inclusive a la muerte.

Se distinguen dos tipos de maltrato; el maltrato pasivo es la omisión de acciones que van en contra del bienestar del ser vivo, pueden llegar desde el simple descuido del dueño hasta la compra de atuendos que son confeccionados con pieles de animales. Los principales componentes de este tipo de abuso son: el abandono, la falta de atención en sus necesidades básicas y la negligencia cuando las mascotas tienen un padecimiento.

### **Treceava Intervención**

Integrante SOS Salvando Patitas (Cuenta acerca de cómo el maltrato pasivo también tiene consecuencias negativas)

### **Diálogo**

El maltrato activo es quizás el más peligroso, implican acciones directas sobre el animal, pudiendo ser involuntarias o intencionales; existen dueños que causan daño sin saberlo cuando le proporcionan huesos o cierto tipo de alimentos que enferman al perro, lo realmente inaceptable son las situaciones deliberadas en las que el fin es causar lesiones al animal, este tipo de acciones envuelven problemas psicológicos o inestabilidad emocional en las personas que los producen, existiendo una relación directa entre la crueldad animal y la de género, lo preocupante de esta situación es que este tipo de violencia que intentan infligir un daño directo en el animal no son sancionadas.

### **Catorceava Intervención**

Sr. Vicente - Protección Animal Ecuador (Narra un testimonio acerca de los casos de maltrato animal activo que ha presenciado)

### **Diálogo**

La sociedad poco a poco se ha ido deshumanizando al aceptar estas muestras de violencia como parte de la cotidianidad, es lamentable observar cada vez más casos de perros abandonados, mirar sus huesos rotos, sus heridas infectadas o su piel con afectaciones. Ante este dura escenario, aquellas personas que decidieron actuar crearon distintos grupos sin fines de lucro que velan por la integridad de los animales, con el pasar del tiempo y debido a la alarmante situación que generan los perros callejeros hoy existen fundaciones que se dedican exclusivamente a intentar solucionar esta problemática y que van cambiando poco a poco esta triste realidad.

### **Quinceava Intervención**

Entrevista Integrante SOS Salvando Patitas (Explica acerca del nacimiento de fundaciones y albergues para perros callejeros)

### **Diálogo**

Ante la falta de atención por parte de las autoridades competentes y al evidenciar lo indolente que se muestra la comunidad, nace el interés de personas particulares por ayudar a los caninos y felinos desamparados, quienes ocasionalmente alimentan perros callejeros, colocan comida o agua afuera de sus hogares y algunos que hacen un poco más; cambian sus vidas rescatándolos, éstos seres bondadosos son los rescatistas independientes quienes actualmente realizan grandes esfuerzos por acoger, curar y cuidar a perros de la calle con la finalidad de brindarles un nuevo hogar.

### **Dieciseisava Intervención**

Pascale Jodoin – Rescatista independiente (Habla de sus razones para ser rescatista y las actividades que realiza como tal)

#### **Diálogo**

Las miradas tristes, caminatas desiguales, colas bajadas y narices olfateando en búsqueda de comida son cuadros cotidianos que rompen el corazón de quienes los ven pasar y que animan a asociaciones y particulares a darles una nueva oportunidad; quizás la etapa más difícil es atraparlo porque no todos actúan de la misma manera, después de llevarlo al veterinario las actividades se intensifican, hay que curarlo, desparasitarlo, vacunarlo, bañarlo, esterilizarlo y finalmente buscarle una vivienda a través de medios de comunicación o ferias de adopciones, una extensa búsqueda porque no les buscan simplemente una casa sino un buen hogar.

### **Diecisieteava Intervención**

Joven Rescatista (Narra del proceso de rescate y de las experiencias que ha vivido como rescatista)

#### **Diálogo**

Encontrar dueños a los perros de nadie es una pequeña parte del trabajo de fundaciones y rescatistas, ellos son conscientes que no es la solución definitiva y se dedican a realizar otras actividades de servicio como la esterilización. Actualmente se trabajan en campañas de esterilización de machos y hembras que en ocasiones son gratuitas y se realizan a través de auspicios, la intención es mostrar a la sociedad que la prevención es una herramienta para prevenir la sobrepoblación.

### **Decimoctava Intervención**

Dr. José Luis Castellanos – Clínica Veterinaria Mi Mascota (Comenta sobre la importancia de la esterilización)

#### **Diálogo**

Mientras los animalistas rescatan perros y les brindan hogares donde los amen, siguen existiendo personas irresponsables que ven a la raza canina como un negocio en el que explotan animales reproduciéndolos en precarias condiciones y sin la más mínima norma de salubridad. Algunos proponen implantar un gravamen a quienes crucen animales mientras que los expertos proponen una medida más drástica; la veda reproductiva como alternativa para controlar la natalidad en los perros, la finalidad es controlar la sobrepoblación y primordialmente detener este tipo de abuso por parte de personas inescrupulosas.

### **Diecinueveava Intervención**

Veterinario (Explica acerca de la veda reproductiva y cómo sería parte de la solución a la problemática)

#### **Diálogo**

Abrir las puertas de nuestra casa a un nuevo amigo es una decisión muy importante que no todos se detienen a analizar, para tener una mascota se debe tomar en cuenta si el animal se adaptará a nuestros requerimientos. Un perro tiene exigencias mínimas para su buen vivir, por ello se debe pensar en las necesidades que tendrán, si el espacio es el adecuado, qué hacer si llegan a enfermarse o quién lo llevará a pasear, hacen travesuras, se enferman y también envejecen. Una mascota demanda de atención y cuidados, no es un objeto que se puede desechar con los años, es un ser vivo que siente, capaz de brindar mucho amor y que cuando cruza la puerta del hogar se convierte en una responsabilidad.

### **Veinteava Intervención**

Joven mujer (Relatar su experiencia acerca de la responsabilidad que acarrea tener una mascota)

#### **Diálogo**

Una mascota es sin duda una fuente de alegría para el hogar, son una excelente compañía para los niños y un motivo para mantenerse en forma mientras se lo lleva a pasear. Dejar entrar a un nuevo integrante de la familia es motivo de alegría también para el perro porque encuentra personas que lo cuidarán. Los canes son adaptables y gratos por naturaleza, sin embargo, no existen seres más agradecidos que aquellos que provienen de las calles porque saben lo que es sufrir, si damos la bienvenida a un perro a casa por qué no hacerlo a uno que este desamparado, ellos no piden mucho y dan todo, abrirles el corazón a estos seres no sólo cambia su vida sino también la nuestra y sobretodo no existe mirada más profunda que aquellos a quienes se les brinda una nueva oportunidad.

### **Veintiunava Intervención**

Adoptante (Narra la experiencia de tener un perro adoptado)

#### **Diálogo**

Tener un can es una decisión que cambia el entorno y que debe ser tomada de manera responsable, son pequeños actos como vacunarlos, mantenerlos limpios, sacarlos a pasear y alimentarlos bien los que hacen que su vida sea plena. Los perros se lastiman, se enferman y envejecen, son seres vivos como nosotros que merecen una vida feliz y una muerte digna, si durante toda su vida estos seres vivos dan amor nos corresponde como seres humanos ser recíprocos.

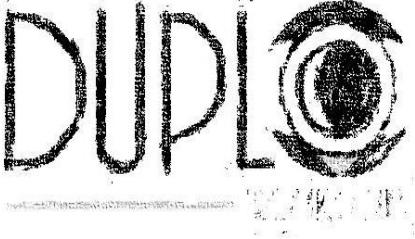
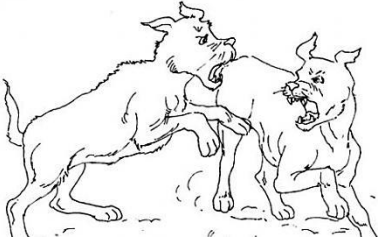

**Mensaje final**




Un perro es un ser vivo que siente, que por sus acciones tan nobles se distingue de los demás animales y por ello se ha convertido en el ícono de la fidelidad y del amor incondicional, el amor canino no distingue de razas ni le importa la condición social, sólo pide un poco de afecto y a cambio ofrece todo de sí, se entrega por completo quizás como ningún humano lo hace, si a un perro lo regañas él no te guardará rencor, si le enseñas tú lenguaje él lo aprenderá y si lo has dejado solo todo el día él aún te amará. Quizás no le podemos comprar una casa de madera o juguetes, pero le podemos brindar un rincón de nuestro hogar y alimento, no te piden demasiado ni necesitan de grandezas, a veces ni siquiera es necesario darles una caricia sino demostrar respeto cuando un perro se cruza en la calle porque ellos no han hecho mal alguno, los perros son inocentes si tuvimos un mal día o si nosotros dejamos un alimento descuidado y ellos lo roban, si actúan de esa manera es porque buscan sobrevivir, ellos no decidieron vivir ahí, eso lo decidimos nosotros.







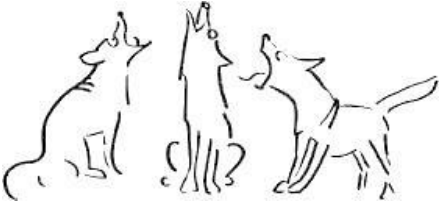

## 11.2.2. GUIÓN TÉCNICO




Tabla 8




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 1</b>							
<p style="text-align: center;"><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Logo Duplo Producciones	Presentación del intro	-----	Amazing Beautiful	9 segundos
<b>ESCENA 2</b>							
<p style="text-align: center;"><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Perros de la calle	Perros peleando	-----	Amazing Beautiful	6 segundos
<b>ESCENA 3</b>							
<p style="text-align: center;"><b>Toma 1</b></p> 	Primer Plano	Normal	Perro de la calle abandonado	Perro desolado	-----	Amazing Beautiful	5 Segundos




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 4</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	Logo Perros de Nadie	Presentación de la marca	Hasta que no hayas amado a un animal, parte de tu alma estará dormida.	Amazing Beautiful	7 segundos
<b>ESCENA 5</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	Alex Páez	Esta sentado en el mueble con sus perritos	Habla de lo desconocido que es en el medio el tema de la tenencia responsable	Quienscence by re lab	8 segundos
<b>Toma2</b> 	Plano General	Normal	Alex Páez	Perros juntos jugando	Es cuando tú te haces cargo de algo, y tienes que hacerte responsable de eso.	Quienscence by re lab	10 segundos




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 6</b>							
<b>Toma 2</b> 	Plano General	Normal	Perro hambriento	Perro callejero comiendo en un basurero	-----	Amazing Beautiful	9 segundos
<b>ESCENA 7</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	Perro de la calle	Perro comiendo basura en la calle	Cuando abandonas un animal cuando ya no le sirve, tus hijos	Quienscence by re lab	3 segundos
<b>Toma 2</b> 	Plano Medio	Normal	Perro pequeño	Perro pequeño herido en la calle	Aprenderán la lección y quizás hagan lo mismo contigo	Quienscence by re lab	4 segundos

	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 8</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	3 chicas SOS Salvando Patitas	Chicas sentadas en el césped y marcado a sus perritos	Nosotros pensamos que una tenencia responsable es simplemente darles amor, cariño, y no es así.	Amazing Beautiful	11 segundos
<b>Toma 2</b> 	Plano General	Normal	Perros con hogar	Perros ladrando fuera de la casa	Inclusive hay varios perros que están en una casa, cuentan con un hogar pero no cuentan con esa tenencia responsable	Amazing Beautiful	6 segundos
<b>ESCENA 9</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	David Banda coordinador de Pae Latacunga	Perros jugando en unas montañas	Podemos juzgar el corazón de una persona según como trata a los animales.	Amazing Beautiful	54 segundos




<b>ESCENA 10</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano Medio	Normal	Alex Páez	Alex sentado en el sillón junto a sus perritos	Una persona que adopta hace un milagro bien grande	Amazing Beautiful	4 Segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano medio	Normal	Alex Páez	Perro comiendo basura en un basurero	La mayoría de los animales que hemos encontrado han estado en condiciones deplorables	Amazing Beautiful	10 Segundos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Primer Plano	Normal	Alex Páez	Perra junto a sus bebes	A la primera perrita que rescate fue a la negrita ella estaba a punto de parir, y pario en mis piernas	Amazing Beautiful	12 segundos




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<p><b>Toma 4</b></p> 	Plano General	Normal	Alex Páez	Alex cargando a una perrita en brazos	La segunda que rescate fue la Chubaca, a ella la encontraron los policías municipales en la basura	Amazing Beautiful	8 segundos
<p><b>Toma 5</b></p> 	Plano General	Normal	Alex Páez	Hijo de Alex jugando con una perrita Chubaca	La Chubaca es como la hermana de mi hijo	Amazing Beautiful	6 segundos
<b>ESCENA 11</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Páscale Jodion	Páscale Jodion caminando con los perritos de la calle	Pascal es una mujer de la parte Francesa de Canadá, quien encontró en Ecuador su compañero de vida y el amor sincero de 4 patas, completando así su felicidad.	Sad-Soundtrank	4 segundos

<p><b>Toma2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Páscale jugando con un perrito en el terminal	No entendía la cultura tampoco, el perro si me entendida	Sad-Soundtrank	60 segundos
<b>ESCENA 12</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Perro Callejero	Perros caminando solos en la calle	Lo ideal sería una sociedad donde no se necesite rescatar.	Sad-Soundtrank	20 segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano General	Normal	Peros de la calle y niños	Perros de la calle jugando con niños	La educación en la base del ser humano, que según como te tratan deber ser tratado		20 segundos

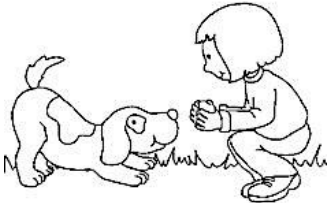


	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 13</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Pascale está junto a su alcancía y un libro	Esta alcancía a mí me permite recoger fondos, para alimentar, esterilizar y vacunar a los perros	Quienscence by re lab	7 segundos
	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Pascale Caminando con dos perros por la calle	Hay diferentes comerciantes que apoyan mi causa teniendo mi alcancía	Quienscence by re lab	6 segundos
<b>ESCENA 14</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano Medio	Normal	Dr. José Luis Castellano	Sentado en una silla en la clínica veterinaria MI MASCOTA	La clínica gasta cientos de dólares al año para rehabilitar animales	Quienscence by re lab	8 segundos



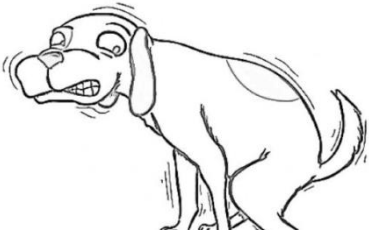


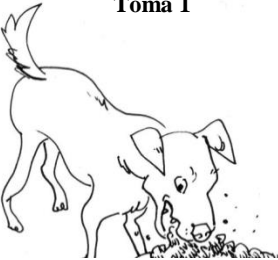
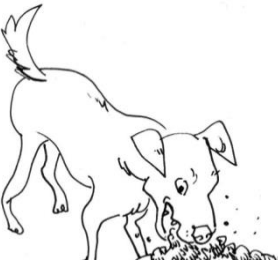

	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano General	Picado	Dr. José Luis Castellano	Muchos perros jugando en el terminal	Se está vendiendo la esterilización de mascotas como una solución para mí es una utopía, no funciona	Quienscence by re lab	10 segundos
<b>ESCENA 15</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Ruchis Chicaiza	Ruchis jugando con León	En el hogar de Ruchis Chicaiza, existen 11 historias diferentes, entre ellas León quien fue encontrado muy flaquito y ahora gracias a los cuidados de Ruchis, está mejor.	Amazing Beautiful	9 segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Alejandra Ayala	Alejandra explicando el rescate de un perrito	Alejandra es madre de 8 perritos a quienes les permite tener una vida digna mientras son dados en adopción.	Amazing Beautiful	2 minutos

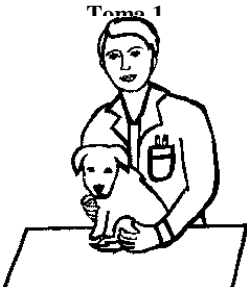


	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 16</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Alejandra Ayala	Pilar jugando con sus perritos	Me llena de mucha satisfacción el hecho de que ellos tengan un hogar, porque sé que no van a estar padeciendo	Amazing Beautiful	6 segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Alejandra Ayala	Hablando de los adoptados	Tienen sus casitas donde juegan todos los días.	Amazing Beautiful	1:90 minutos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano General	Normal	Sr. Soria	Llegando en bicicleta al terminal	Al ver que nadie hacía nada por mejorar la condición de vida de los perros del terminal, el Sr. Freddy Soria y su familia deciden ser la excepción	Amazing Beautiful	20 segundos

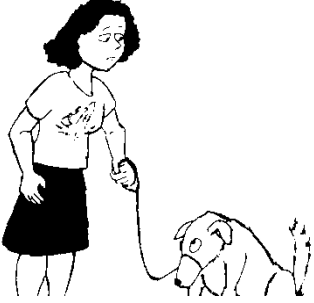

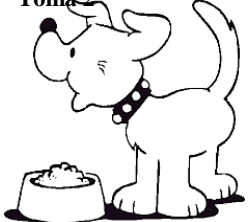


<b>ESCENA 18</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Primer Plano	Normal	Pilar Trávez y perros rescatados	Pilar jugando con sus perros	Una manera de ayudar es brindando un hogar temporal a los perritos abandonados, este es el caso de pilar quien abrió la puerta de su casa a 4 perritos callejeros y les permitió tener una vida digna mientras son dados en adopción	Quienscence by re lab	10 segundos segundos
<p><b>Toma2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Pilar Trávez y trapito	Pilar cargando en las piernas a un perro	Tuvimos una reunión con mis dos compañeras desde ahí me entro al idea y me gustó mucho esto del rescate de los perritos.	Quienscence by re lab	25 segundos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano General	Normal	Pilar Trávez	Pilar cargando en las piernas a trapito	Él es trapito lo encontramos en las afueras del tía, el aspecto de él fue peor a como está ahora.	Quienscence by re lab	2 minutos




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 19</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano Medio	Normal	Perro hambriento	Perro callejero comiendo, caminando	Cuando abandonas a un animal cuando ya no te sirve, tus hijos aprenderán la lección y quizás hagan lo mismo contigo.	Amazing Beautiful	28 segundos
<b>Toma 2</b> 	Plano Medio	Normal	Sr. Vicente Banda	Sentado en su oficina	Sabía que en la ciudad de Latacunga se sanciona el maltrato animal, se debe tener espacio suficiente para el perro	Amazing Beautiful	33 segundos
<b>Toma 3</b> 	Plano Medio	Normal	Sr. Vicente Banda	Perro durmiendo con frio en la calle	Las obligaciones para una persona que quiere tener un perro en la casa es tener un lugar apropiado con espacio,	Amazing Beautiful	45 segundos




<b>ESCENA 20</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano Medio	Normal	Perro agonizando	Perro junto al basurero	----- -	Quienscence by re lab	45 segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Perro agonizando	Perro junto al basurero	A este perrito lo llamamos "Ángel". Ángel fue encontrado un sábado por la mañana estuvo por horas acostado y agonizado en espera de alguien que le ayude.	Quienscence by re-lab	2 minutos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano Medio	Normal	Rescatistas con un perro agonizando	Rescatistas, llevando a la clínica al perrito que agonizaba	Más allá del caso impacta la indolencia de las personas acostado junto al basurero por horas y nadie se conmovía	Quienscence by re lab	1:50minutos




	PLANO	ÁNGULO DE CÁMARA	PERSONAJE	ACCIÓN	DIALOGO	SONIDO	TIEMPO DURACIÓN
<b>ESCENA 21</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano General	Normal	Rescatistas y perro agonizando	Rescatistas en la clínica revisando al perro rescatado	Este es el claro ejemplo de lo que viven a diario estos seres indefensos	Amazing Beautiful	50 segundos
<b>ESCENA 22</b>							
<b>Toma 1</b> 	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Páscale abrazando a un perro	Este amor hacia los animales no lo tiene cualquiera.	Amazing Beautiful	54 segundos
<b>Toma 2</b> 	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Pascal abrazando a una perro mientras la vacunan	Esta perrita tiene zumo de stiker esta enfermedad es un cáncer que la perra se pone como en celo y los perros se contagian	Amazing Beautiful	1:30 minutos




<p><b>Toma3</b></p> 	Plano Medio	Normal	Páscale Jodion	Páscale jugando con un perro	Es un tratamiento de quimioterapia que dura 4 semanas, una vez por semana, y ahí se le da medicina para que se cure.	Amazing Beautiful	20 segundos
	<b>PLANO</b>	<b>ÁNGULO DE CÁMARA</b>	<b>PERSONAJE</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>DIALOGO</b>	<b>SONIDO</b>	<b>TIEMPO DURACIÓN</b>
<b>ESCENA 23</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Primer Plano	Normal	Sr. Vicente Banda	Sr. Vicente Banda hablando del maltrato animal en las casas y calles de la ciudad	El maltrato animal se da a par a par, hay personas que le tienen al perro amarrado, pero tiene al carro tapado, porque no le ven al pobre animal que también tiene frio.	Amazing Beautiful	1:50 Segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Primer Plano	Normal	Perros de la calle	Perros de la calle comiendo en el comedero	Existen de 13 a 15 comederos en toda la ciudad Latacunga, no existe ninguna ordenanza que prohíba tener un comedor.	Amazing Beautiful	1:50 Segundos







<p><b>Toma 2</b></p> 	Primer Plano	Normal	Perros de la calle	Perros de la calle comiendo en el comedero	Son los propios dueños de las casas quienes ponen los comederos	Amazing Beautiful	35 Segundos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Primer Plano	Normal	Alex Páez	Perra junto a sus bebes	Sería bueno de aquí en unos años ver más comederos en la ciudad	Amazing Beautiful	42 segundos
<b>ESCENA 24</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	David Banda	David sentado en el escritorio de su oficina	Específicamente un perro no de casa es más eficiente adoptarlo por el hecho de que es más sociable	Amazing Beautiful	38 segundos

<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano General	Normal	Perro de la calle	Perro de la calle feliz	Es mucho más dócil y cariñoso	Amazing Beautiful	26 segundos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano General	Normal	Perro de la calle	David sentado en el escritorio de su oficina	Unas de las causas más importantes que estamos promoviendo es que ese perro tenga un hogar	Amazing Beautiful	1:30 minutos
<b>ESCENA 25</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Personas y perros en el parque	Perros juegan con personas en el parque y son felices	El perro es el único ser en la tierra que te amará más de lo que tú te amas a ti mismo.	Sad-Soundtrank	1:23 minutos

<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Alex Páez y un perro	Sentado en un mueble con un perro	Fue en enero del 2016 que hice la primera feria de adopciones y fueron 20 perros que dimos en adopción ese día.	Sad-Soundtrank	1:30 minutos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano Medio	Normal	Alex Páez y un perro	Sentado en un mueble con un perro	Vamos a seguir luchando, a favor de estos animales, el amor que nos mueve nos hace que sigamos luchando y teniendo más ánimos de hacer la feria	Sad-Soundtrank	2:20 minutos
<b>ESCENA 26</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano General	Normal	Chicas SOS Salvando Patitas	Chicas sentadas en el césped con sus mascotas	En programa que estamos arrancando es la escuela canina	Sad-Soundtrank	53 segundos

<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano General	Normal	Perros amaestrados y sus dueños	Perros haciendo las maniobras junto a sus dueños	Cualquier persona que quiera venir a nuestra escuela canina tiene las puertas abiertas	Sad-Soundtrank	51 segundos
<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano General	Normal	Perros amaestrados	Perros saltando los obstáculos	La escuela tiene un precio módico de ayuda social que nos ayuda para tener a nuestros rescatados	Sad-Soundtrank	48 segundos
<b>ESCENA 27</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	<b>Toma 1</b>	Plano Medio	Normal	David Banda	Sentado en una silla en su oficina	Tenemos los programas permanentes de esterilización, son programas permanentes con un costo módico	Quienscence by re lab

<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano medio	Normal	Perros callejeros	Perros callejeros comiendo en la basura.	Si no eres parte de la solución, eres parte del problema	Quienscence by re lab	27 segundos
<b>ESCENA 28</b>							
<p><b>Toma 1</b></p> 	Plano Medio	Normal	Dr. Jose Luis Castellano	Sentado en una silla en su oficina hablando de los perros callejeros.	Mientras rescatamos al año cientos, se reproducen miles, salen de las casas, hay que evitar la reproducción.	Quienscence by re lab	57 segundos
<p><b>Toma 2</b></p> 	Plano Medio	Normal	Dr. Jose Luis Castellano	Perros buscando comida en la basura.	Si una autoridad quiere de verdad solucionar el problema, van a hacer uso de algo que estamos promoviendo, VEDA REPRODUCTIVA	Quienscence by re lab	25 segundos

<p><b>Toma 3</b></p> 	Plano Medio	Normal	Miembros de las fundaciones, perros callejeros.	Personas frente y perros de fondo	Adopta, no a la sobrepoblación canina, no lo abandons, el unico riesgo es que te amen toda su vida, necesitamos de ti.	Quienscence by re lab	18 segundos
--	-------------	--------	---	-----------------------------------	--	-----------------------	-------------

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez



























### 11.2.3. PLAN DE RODAJE

**Tabla 9**

<b>Jordana N.-1</b>		<b>Jueves 11 de agosto del 2016</b>					
<b>Horario</b>	<b>Escena</b>	<b>Luz</b>	<b>int/ext</b>	<b>Localización</b>	<b>Personajes</b>	<b>Detalle</b>	<b>Observaciones</b>
9h00-10h00	16	Día	Interior	La Merced	Alex Páez	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófonos
10h30-11h30	1	Día	Exterior	La Laguna	Perro capitán	Travelling	Preparación del perro
12h00-13h00	15	Día	Interior	Calle Quito	Dr. José Luis Castellano	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófono
14h00-15h00	12	Día	Exterior	Terminal Latacunga	Sr. Freddy Soria	Paneo	Colocación de micrófono, y cámaras
15h30-16h30	18	Tarde	Exterior	Illuchi	Pascale Jodion	Paneo	Colocación de micrófono, y cámaras
17h00-18h00	13	Tarde	Interior	Belisario Quevedo	Sr. David Banda	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófono

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

Tabla 10

Jordana N.-2			Viernes 12 de agosto del 2016				
Horario	Escena	Luz	int/ext	Localización	Personajes	Detalle	Observaciones
9h00-10h00	2	Día	Exterior	San Felipe	Pilar Trávez	Paneo	Cámaras, colocación de micrófono,
10h30-11h30	11	Día	Interior	Belisario Quevedo	Nataly Bustos	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófono
12h00-13h00	4	Día	Interior	La Cocha	Alejandra Ayala	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófono
14h00-15h00	14	Día	Interior	Las Fuentes	Sr. Vicente Banda	Paneo	Armada de luces, colocación de cámaras, colocación de micrófono
15h30-16h30	6	Tarde	Exterior	El salto	Perros Callejeros	Travelling	Colocación de cámaras
17h00-18h00	9	Tarde	Exterior	San Felipe	Perros Callejeros	Travelling	Colocación de cámaras

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

Tabla 11

<b>Jordana N.-3</b>	<b>Sábado 13 de agosto del 2016</b>
---------------------	-------------------------------------

<b>Horario</b>	<b>Escena</b>	<b>Luz</b>	<b>int/ext</b>	<b>Localización</b>	<b>Personajes</b>	<b>Detalle</b>	<b>Observaciones</b>
6h00-7h00	5	Día	Exterior	La laguna	Perros Callejeros y deportistas	Travelling	Colocación de cámaras
8h00-11h30	7	Día	Exterior	Parroquia Guaytacama	Perros Callejeros	Travelling	Colocación de cámaras
12h00-13h00	20	Día	Exterior	Parroquia Tanicuchi	Perros en casas	Travelling	Colocación de cámaras
14h00-15h00	8	Día	Exterior	Parroquia Poaló	Perros en casas	Travelling	Colocación de cámaras
15h30-16h30	19	Tarde	Exterior	Parroquia 11 de Noviembre	Perros en las calles	Travelling	Colocación de cámaras
17h00-18h00	21	Tarde	Exterior	Parroquia Eloy Alfaro	Perros Callejeros	Travelling	Colocación de cámaras

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### 11.2.3. LOGOTIPOS

#### 11.2.3.1. Logotipo de la Producción

##### ISOLOGO

Para la identificación de la producción se ha utilizado un isologo, formas circulares que forman un icono de la obturación de una cámara, mientras que de sus mismas formas circulares nacen la iniciales DP, se consideró que la marca sea un isotipo, es decir, es una imagen que incluye una tipografía. Un isologo suele ser de uso frecuente, ya que no deja lugar a imprecisiones.

Para que un nombre sea más eficaz básicamente, debe ser preciso, conciso y efectivo. En este caso se ha establecido en nombre “DUPLO PRODUCCIONES”.

##### DUPLO PRODUCCIONES



##### APLICACIÓN DE COLOR

El isologo y “Duplo Producciones” se realizaron de color amarillo y rojo (pantone 1805). El cual según lo publicado por Creativos online (2013), representan lo siguiente:

- El amarillo es el color que representa felicidad, alegría y optimismo, además se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de nuestros pensamientos, también se considera elegante.
- El color rojo (Pantone 1805) define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

A continuación las especificaciones en cuanto al color, para lograr el tono ideal y original.

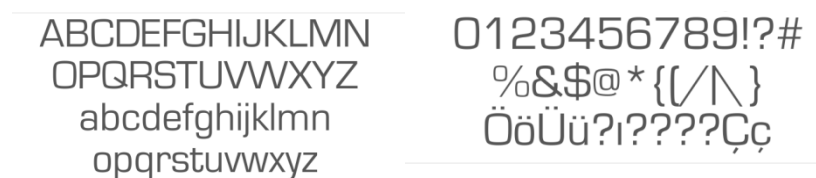


## TIPOGRAFÍA

**Plump:** (DUPLO) Es una tipografía gruesa, y redondeada, la cual tiene una apariencia asimétrica y con características modernas.



**Eurostile:** (PRODUCCIONES) Es una tipografía delgada, la cual tiene características modernas.



## ZONA DE SEGURIDAD

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



## USO MÍNIMO DEL ISOLOGO

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el isologo conservando su adecuada visibilidad.

Tamaño mínimo para soporte on-line:



Tamaño mínimo para soporte impreso:



## APLICACIONES INCORRECTAS

El isotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.



### 11.2.3.2. LOGOTIPO DEL DOCUMENTAL

#### ISOLOGO

Para la identificación del documental se ha utilizado un isologo, en el cual se combinan el logotipo con el isotipo, siendo un diseño mucho más claro y más complejo. Además, al incluir tanto un elemento gráfico, como un elemento tipográfico, es posible

proporcionar mayor información a través de él, dejando menos espacio para errores en el mensaje que se pretende transmitir.

### “Perros de NADIE”



El isologo está compuesto por la silueta de un perro con un collar con la mirada hacia el cielo, como símbolo de esperanza para todos esos perros que no tienen un hogar y también para aquellos caninos que cuentan con un dueño pero son maltratados, también tiene un elementos simétricos que dan la impresión de ser un techo para los caninos, en representación del derecho que tienen todos los perros a ser felices y tener un lugar cálido en el que puedan estar, y como último elemento unas manos abiertas que muestra que cada uno es parte de la solución para acabar con el maltrato animal.

El nombre “Perros de NADIE” sintetiza un mensaje básico y claro, el cual debe alcanzar un impacto adecuado en la mente del preceptor para que este sea capaz de recordarlo. La empatía contiene la capacidad de entender lo que otros sienten así que el nombre “Perros de NADIE” es el pedido de comprensión, al sufrimiento de los perros maltratados y a sus necesidades, para que exista más respeto por parte de la sociedad a los perros.

De esta manera quiere transmitir responsabilidad social que se fundamenta principalmente en demostrar el sufrimiento de los perros causado por los diferentes tipos de maltrato a los que muchos son sometidos. A través de esto se pretende despertar la empatía de las personas, para que así sean capaces de entender la gravedad del problema del maltrato a los perros, y elevar los niveles de conciencia en el grupo al cual va dirigido el documental y estos a su vez transmitan el mensaje a más personas

Al sentir empatía, las personas serán más conscientes de lo que padecen los perros, lo que supone hará a que muestren respeto a los animales ya que son seres indefensos que



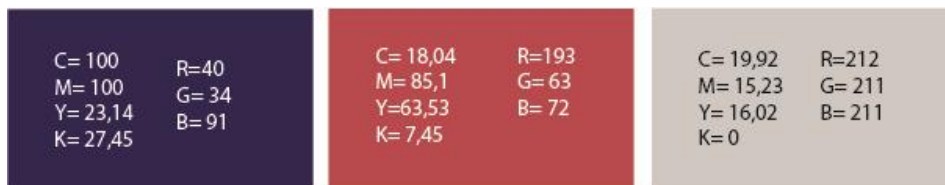
también tienen derechos y merecen ser respetados tanto como si se tratase de otro ser humano.

### APLICACIÓN DE COLOR

El isologo y “Perros de NADIE” se realizaron de color azul, rojo (pantone 1805) y gris. El cual según lo publicado por Creativos online (2013), representan lo siguiente:

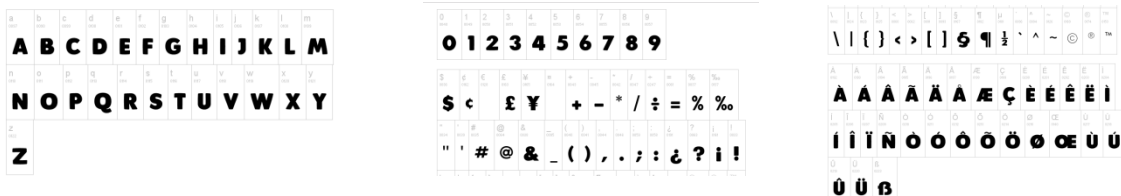
- El azul es el color que ejerce como un fuerte sedante sobre la mente, permitiéndonos conectar con nuestra parte intuitiva. El azul aporta valores a la marca como estabilidad, lealtad y confianza.
- El color rojo (Pantone 1805) define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.
- El color gris simboliza la melancolía y la incapacidad que tienen los caninos por encontrar un ambiente sano y feliz.

A continuación las especificaciones en cuanto al color, para lograr el tono ideal y original.

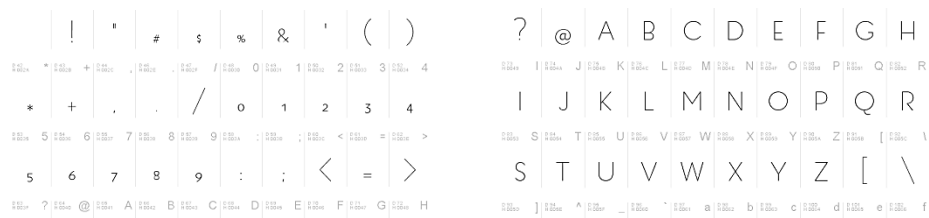


### TIPOGRAFÍA

**Plump:** (Perros) Es una tipografía gruesa, y redondeada, la cual tiene una apariencia asimétrica y con características modernas asimétrica y con características modernas.



**Penna:** (DE NADIE) Es una tipografía moderna, delgada y sencilla. Dando una armonía perfecta entre las dos tipografías a utilizar.



## ZONA DE SEGURIDAD

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



## USO MÍNIMO DEL ISOLOGO

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el isologo conservando su adecuada visibilidad.



## APLICACIONES INCORRECTAS

El isotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.



## **12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):**

### **12.1. Sociales**

El impacto social que tendrá el documental cronista será el espacio para la reflexión sobre el inadecuado trato a la población canina en la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga, esto ayudará tener una sociedad más formada ética y valores igualitarios entre caninos y seres humanos.

### **12.2. Ambientales**

El impacto ambiental que tendrá el documental cronista será el reducir el número de perros callejeros, de esta manera se evitará que los mismos busquen alimentos en los depósitos de basura, proporcionando mala imagen a la Ciudad, al promover la esterilización y tratamientos (vacunas, desparasitación, antibióticos, entre otros) se está previniendo enfermedades que pueden ser perjudiciales para el ser humano, esto contribuye al medio ambiente al tener la basura en su sitio, permite también que la Ciudad de Latacunga tenga una buena imagen ante los turistas y pobladores de la Ciudad.

### **12.3. Económicos**

El impacto económico que tendrá el documental cronista será de gran índole para las instituciones a favor del adecuado trato hacia la población canina, mediante este documental las personas conocerán los programas de esterilización a bajo costo, lugares en los que pueden hacer sus donaciones, programas que realizan activistas independientes para sacar fondos para esta labor, de esta manera se mejorará las actividades de las persona, mientras se va contribuyendo con esta causa.

## **13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO**

**Proyecto:** PERROS DE NADIE

**Cliente:** PAE Latacunga, SOS Salvando Patitas

**Productora:** Duplo Producciones

### **Descripción del proyecto:**

La idea principal de este documental es sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado hacia la población canina, es un enfoque más profundo sobre el trato hacia los perros en la provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga, el objetivo de esta producción es motivar a las

personas a tener un trazo adecuado con los perros callejeros y domésticos, en el proceso de difusión de una ética correcta y valores.

**Antecedentes:**

Tenemos como referencia el documental PAREDES DE CRISTAL ya que fue un proyecto exitoso y obtuvo grandes resultados con la disminución de maltrato animal, y de mucha acogida en las redes sociales por la calidad del material que en su tiempo publicó a través de este medio, es por eso que se ha considerado implementar un mensaje de sensibilización en las personas de la provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga con un material de iguales condiciones en calidad audiovisual e investigativo.

**Target:** Público en general de la provincia Cotopaxi, ciudad Latacunga, sin importar su estatus social porque se quiere obtener un cambio social global.

**Medio:** Se escogió difundirlo por YouTube como plataforma principal para transmitir nuestro contenido, por la facilidad de acceso del mismo, También se utilizará otras plataformas como lo son Facebook, mediante las paginas oficiales de PAE Latacunga, SOS Salvando Patitas gracias a que tienen un número de seguidores que apoyan a la misma causa, les gustara ver un tipo de material audiovisual y lo difundirán como medio de ayuda.

**Duración del proyecto:**

**Tabla 12**

Duración del proyecto
6 meses de campaña
Foros quincenales con SOS Salvando Patitas, PAE Latacunga
Visita a unidades educativas en el sector urbano y rural, con la previa reproducción del documental y charla educativa.

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

**Forma de interactuar con el público:**

El público podrá interactuar a través del canal de Youtube, Facebook, donde podrán reaccionar, comentar, sugerir como poder seguir ampliando la campaña en beneficio del trato adecuado hacia los caninos en general.

**Descripción de los equipos:****Tabla 13**

Equipo humano	
1	Productor General
1	Director

**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez

Se colaboró conjuntamente entre estas dos personas, para trabajar en otras áreas como manejo de cámaras, utilería, luces, sonido.

**13.1. GASTOS DIRECTOS****Tabla 14**

Recursos	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bibliográficos	Copias de documentos de información	200	0.03	6.00
	Impresiones	500	0.08	40.00
	Anillados	9	0.70	6.30
	Empastados	2	35.00	105.00
	Libros	3	40.00	120.00
Tecnológicos	Alquiler de filmadora Sony XDCAM EX3	35h	80.00	80.00
	Alquiler de cámara canon5D	35h	80.00	80.00
	Alquiler de trípode libec T-72	35h	40.00	40.00
	Alquiler de Rebotadores	35h	10.00	10.00
	Alquiler de luz Westcott			50.00

Producción del trabajo	Flex Bi-Color	35h		
	Alquiler de computadoras	240h	0.80	192.00
	Dispositivo USB	2	20	40.00
	Grabación DVD	9	1.50	13.50
	Impresión papel couche 300g	4	1.00	4.00
<b>Total</b>				<b>509.50</b>

Elaborado por: Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### 13.2. GASTOS INDIRECTOS

Tabla 15

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo Total
110	Alimentación	2.00	220.00
100h	Transporte	2.00	200.00
	<b>Total</b>		<b>420.00</b>

Elaborado por: Ana Caisachana / Marilyn Trávez

### 13.3. GASTO TOTAL

Tabla 16

Descripción	Costos
Costos Directos	509.50
Costos indirectos	420.00
<b>Total General</b>	<b>929.50</b>

Elaborado por: Ana Caisachana / Marilyn Trávez

Para la “ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTAL CRONISTA PARA SENSIBILIZAR A LAS PERSONAS A TENER UN TRATO ADECUADO HACIA LA POBLACIÓN CANINA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CIUDAD LATACUNGA, EN EL PERIODO 2015-2016”, surgieron gastos directos e indirectos necesarios para el buen desarrollo del mismo, para la investigación previa se adquirió libros y fuentes bibliográficas, fue necesario realizar las impresiones y anillados correspondientes a la primera revisión, para lograr que el presente documental sea de excelentes características fue ineludible alquilar equipos profesionales, entre ellos se adquirió una filmadora Sony XDCAM EX3, con esta filmadora se pudo hacer una modalidad para hacer cámaras lentas y al ser un documental de sensibilización funcionó bien, aumentando a 60 cuadros por segundo al doble de lo normal creando una cámara lenta más perfecta y más gramática, planos generales y planos cerrados gracias a los milímetros de su lento, se utilizó también una cámara Canon5D con lentes intercambiables, se manipuló para hacer planos secundarios que no se pudieron capturar con la principal en el mismo tiempo, pudo hacer un enfoque inteligente de color e iluminación, con una medición de doble capa en 63 zonas que analiza los datos de enfoque, color y luminosidad, proporcionando así una medición precisa y consistente, para las entrevistas en lugares cerrados se utilizó una luz Westcott Flex Bi-Color una frontal y una trasera para evitar sombras y luz en exceso, fue necesario la utilización de un trípode para obtener tomas exactas y no tener problemas de movimientos innecesarios en las mismas, para editar el material se utilizó el programa adobe premiere y para guardar la información un USB y Cds, para el packaging que tendrá este documental se imprimió 4 hojas de papel couche 300g en tamaño a3 con el diseño escogido para la imagen del mismo, al ser una producción audiovisual amplia se grabó el material necesario por varios días y distintas locaciones, lo que significó gastos en alimentación y transporte, en base a los gastos expuestos en la tabla y sumando los días de trabajo, conocimientos aplicados, este documental tiene un valor comercial de \$5.000

## **14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **14.1. CONCLUSIONES:**

- Para conocer las causas detrás de este problema, se realizó encuestas en las cuales se pudo observar el desconocimiento de las personas sobre el inadecuado trato a la población canina, con las entrevistas se pudo conocer la labor que realiza cada una de las instituciones y rescatistas independientes para defender los derechos de estos animales, mediante referencias bibliográficas se pudo conocer estudios previos que facilitaron la sustentación de este proyecto.
- Uno de los mayores problemas que atraviesa la Provincia de Cotopaxi, Ciudad Latacunga, es la insuficiente información sobre el trato correcto que deben tener las

personas con la población canina, además muchas de las campañas realizadas en la Ciudad son únicamente gráficas, por lo que las personas no tienen una idea real del diario vivir de los perros. Con este documental se plasmará el sentimiento del animal por medio de material audiovisual que permitirá ver, analizar, y comprender las acciones de las personas y los daños que ocasionan a los perros.

- En la parte técnica de la elaboración del documental cronista, se realizó un guión literario en el que se detalló las acciones y personajes que intervinieron en el documental, como un guión técnico en el cuál se estableció los tiempos, sonidos, planos, ángulos de cámara y diálogos del mismo, se realizó la imagen corporativa de la productora y documental, para la corrección de color, efectos y más, se utilizó programas como adobe premiere, adobe after effect, adobe audición, entre otros.

#### **14.2. RECOMENDACIONES:**

- El Municipio de la Ciudad de Latacunga debería realizar campañas de responsabilidad social, contra el maltrato a la población canina, además es necesario que se eduque a los niños desde pequeños, a que tengan una conciencia social, de respeto a todos los seres vivos. Una vez comprobada la efectividad del documental cronista para sensibilizar a las personas a tener un trato adecuado hacia la población canina.
- Al culminar con la producción del documental cronista, se recomienda buscar apoyo de los medios impresos, televisivos, así como también emisoras que posean antecedentes en lo que respecta a la responsabilidad social, de esta manera se podrá difundir los problemas, ayuda y solución recolectados en este proyecto.
- Para la post producción se recomienda la utilización de equipos profesionales para evitar problemas de audio e imagen que dificulten la edición del documental, también es recomendable descargarse plugging para el manejo adecuado de los programas antes mencionados.



## 15.BIBLIOGRAFIA

### Libros

ATON, A. (26 de Marzo de 2015). *Apreciación Cinematográfica Tecnológico*.

Costa Rica: ESIC Editorial.

ALBERICH, Jordi José. (Julio 2007). *Grafismo multimedia comunicación, diseño, estética*.

Barcelona, España: Ediciones Infinito, recuperado 16 de Mayo del 2015,

de [https://books.google.es/books?id=hQ\\_g9u4SbQsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage](https://books.google.es/books?id=hQ_g9u4SbQsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage)

BAENA J (1985). *Publicidad y Documentales: el nuevo reto de la comunicación*. España:

Ediciones Infinito

BALLESTEROS, C. (2010). Ciudadanía del consumo: Hacia un consumo más responsable.

Madrid: Cáritas Española.

GARCÍA-Uceda, M. (2011). *Las claves de la publicidad (7a EDICION)*.

Madrid: ESIC Editorial.

LÓPEZ, Alfonso (1993). libro Documentales Extremos,

Buenos aires

MOLES, A., & Costa, J. (1999). *Publicidad y diseño: el nuevo reto de la comunicación*.

Buenos Aires:

PARMELEE, D. (2001). Desarrollo Exitoso De Las Estrategias De Marketing.

Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.HALL

SALT, H. (1999). *Los Derechos de Los Animales*.

Madrid: Los Libros de la Catarata.

### Sitios web

ANIMANATURALIS. (2012). *AnimaNaturalis*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012,

de <http://animanaturalis.org/home/ec>

COLMENAR, Antonio. (2004). *El video digital: formato, edición, manipulación y grabación*.

Recuperado el 11 de Febrero de 2013,

de [http://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema4/tmm\\_tema4\\_video\\_digital.pdf](http://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema4/tmm_tema4_video_digital.pdf)

FRASCARA, E. (23 de Julio de 2012). *Con Cartones por la Calle*. Recuperado el 11 de Febrero de

2013,

de <http://enriquerichard.es/category/morir-en-la-calle/>

MARTÍNEZ, José. (Agosto de 2013). *Aplicaciones didácticas de la sincronización global de líneas de producción*. Cancun, México: Ediciones Infinito, recuperado 16 de Julio del 2015,

de <http://www.laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP235.pdf>.

PAE. (2011). *Pae Protección Animal Ecuador*. Recuperado el 09 de Enero de 2013,

de <http://www.pae.ec/legislacion/legislacion-vigente/148-codigo-penal-y-civil.html>

PETA. (2012). *PETA LATINO*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012,

de <http://www.petalatino.com/>

RICHARD, E. (23 de Julio de 2012). *Con Cartones por la Calle*. Recuperado el 11 de Febrero de 2013,

de <http://enriquerichard.es/category/morir-en-la-calle/>

SEELLÉ. (2012). *PETA LATINO*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012,

de <http://www.petalatino.com/>

# ANEXOS

## FORMULARIO DE LA ENCUESTA

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

“ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTAL CRONISTA PARA SENSIBILIZAR A LAS PERSONAS A TENER UN TRATO ADECUADO HACIA LA POBLACIÓN CANINA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CIUDAD LATACUNGA, EN EL PERIODO 2015-2016”

### ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

La presente encuesta tiene como objetivo establecer su criterio acerca de la elaboración de un documental cronista para mejorar el trato hacia los caninos en la Provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga.

La encuesta consta de 6 preguntas.

- Lea atentamente cada una de las preguntas, revise todas las opciones, y elija la alternativa que más lo identifique marcando con una (X), en algunos casos complete o explique.
- Si se equivoca o desea corregir su respuesta, marque con una cruz la alternativa que desea eliminar y seleccione la nueva opción.

**1. ¿Qué medio de difusión piensa usted es el más efectivo para la difusión de un buen trato animal?**

- a) Medio impreso
- b) Medio Audiovisual
- c) Medio Digital

**2. ¿Cuáles cree que son las causas para que se de el mal trato en los caninos?**

- a) Escases de recursos econominos .....
- b) Desinteres Hmano.....
- c) Irresponsabilidad de los dueños del perro.....
- d) Todas las anteriores .....

**3. ¿Considera que existe una despreocupación hacia los perros callejeros en la ciudad de Latacunga?**

Sí	
No	

**4. ¿Conoce si existe algún organismo de protección a los animales en la Provincia de Cotopaxi?**

Sí		¿cuál?	
No			

5. **¿Cree que la elaboración de un documental pueda sensibilizar a las personas hacia un buen trato a los caninos?**

Sí	
No	

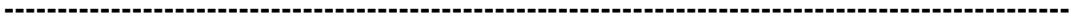
Porque.....

6. **¿Cree que hay beneficio al realizar un documenta cronista para un buen trato a los caninos?**

*Documental cronista:* Tiene la finalidad de relatar un acontecimiento específico de la manera más clara y consecuente posible.

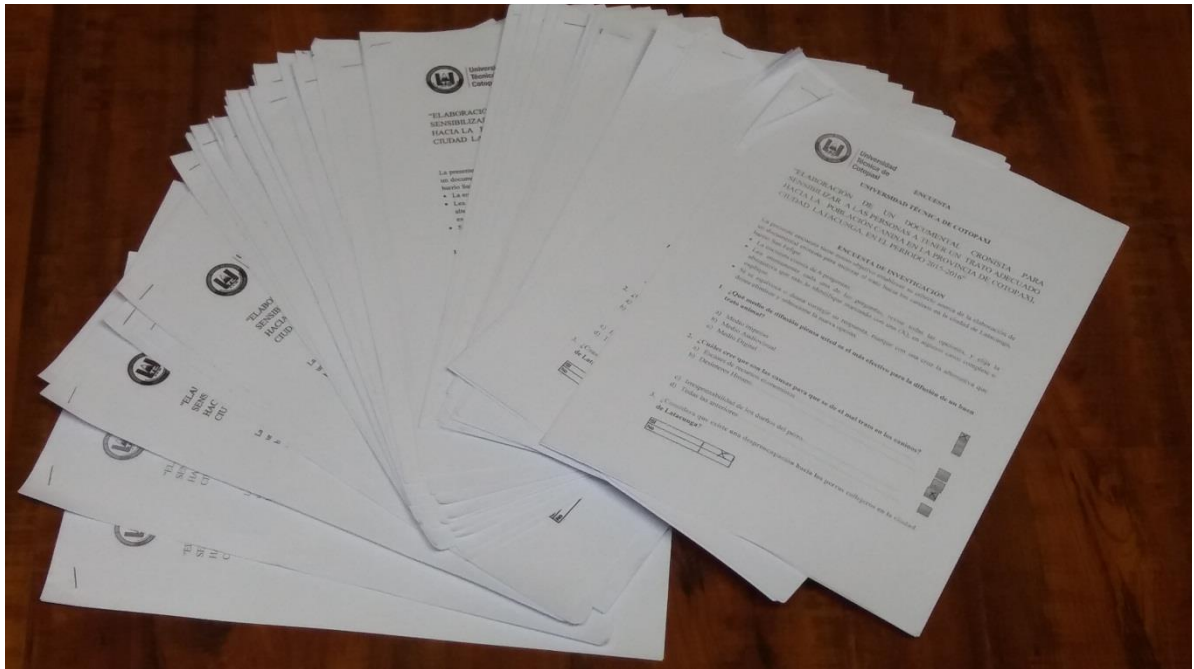
Sí	
No	

Porque.....

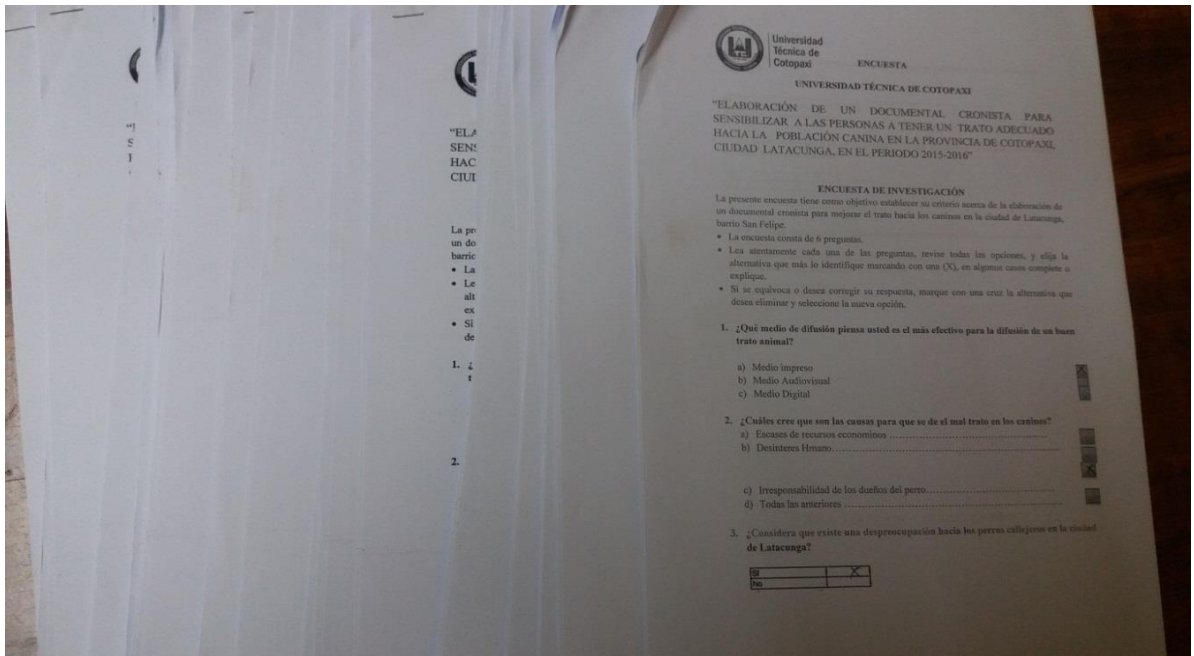


**GRACIAS POR SU VALIOSO TIEMPO**

# ENCUESTAS



Elaborado por: Ana Caisachana / Marilyn Trávez



Elaborado por: Ana Caisachana / Marilyn Trávez

## ENCUESTA A MORADORES DEL CANTON LATACUNGA



**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez **Encuestado:** Diego Varga



**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez **Encuestada:** Doménica Chimba





**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez    **Encuestado:** Fernando Ayala



**Elaborado por:** Ana Caisachana / Marilyn Trávez    **Encuestada:** María Cerna



## PROPUESTAS DE LOGOTIPOS

### PERROS DE LA CALLE RESCATADO POR LAS DISTINTAS INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN ANIMAL DEL CANTON LATACUNGA



**Fuente:** Fundación protectora de animales SOS Salvando Patitas

### “TRAPITO” PERRO RESCATADO POR SOS SALVANDO PATITAS

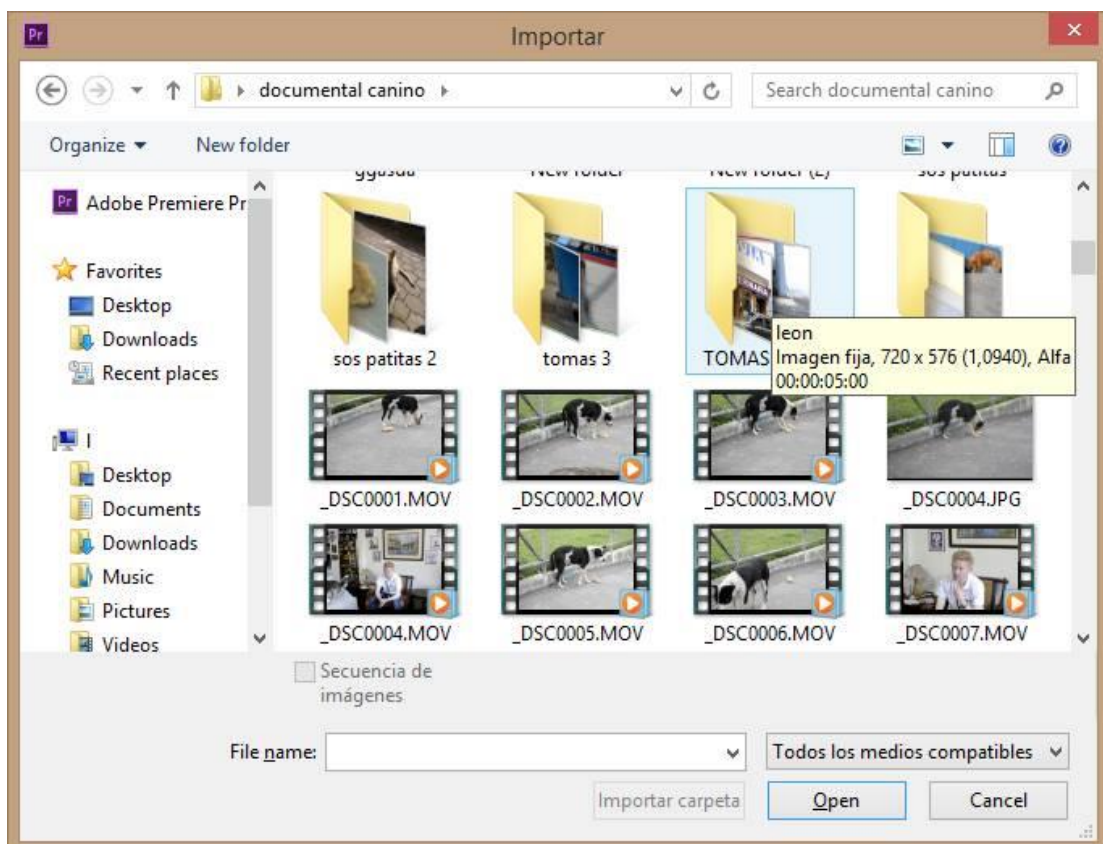


**Fuente:** Fundación protectora de animales SOS Salvando Patitas



**Fuente:** Fundación protectora de animales SOS Salvando Patitas

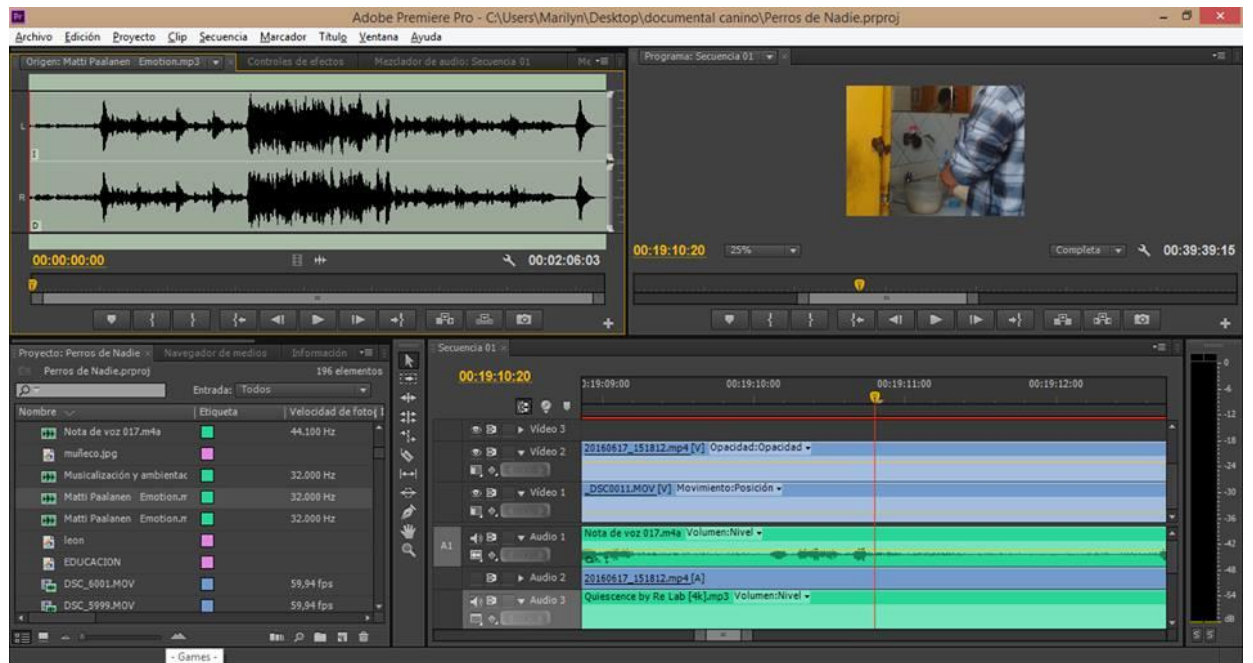
## EDICIÓN DEL DOCUMENTAL “PERROS DE NADIE”



**Programa:** Adobe Premiere Pro CS6

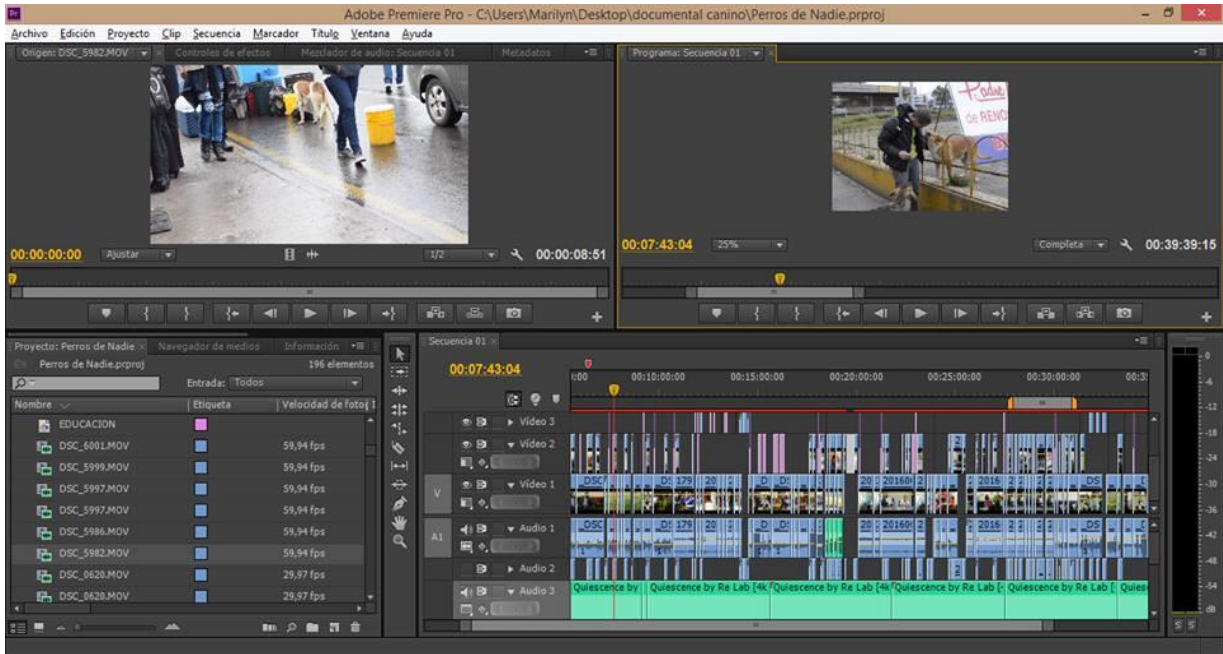


Programa: Adobe Premiere Pro CS6



Programa: Adobe Premiere Pro CS6

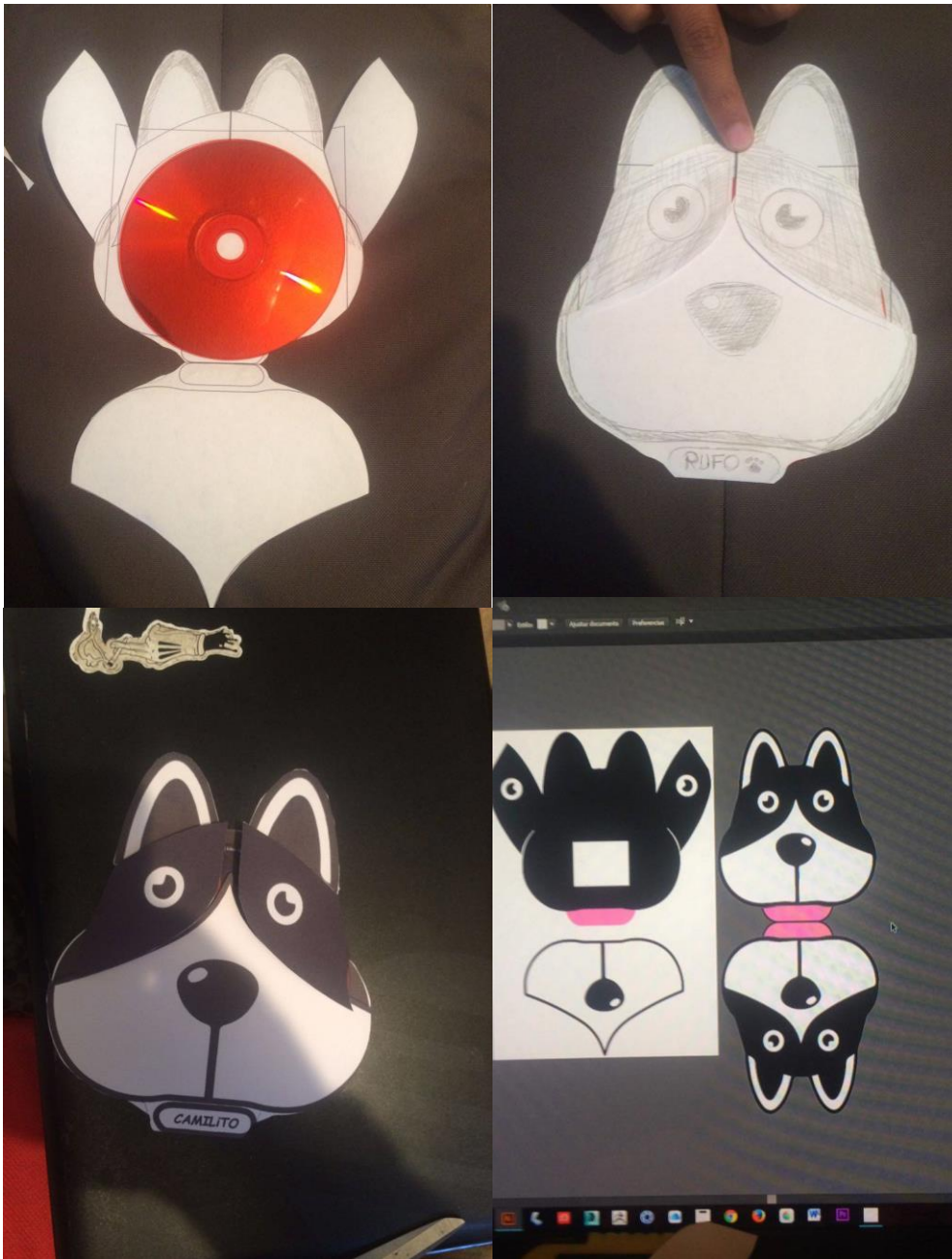




Programa: Adobe Premiere Pro CS6



Programa: Adobe Premiere Pro CS6



**Programa:** Adobe Illustrator Pro CS6 **Elaborado por:** Caisachana Ana, Marilyn Trávez



**Elaborado por:** Caisachana Ana, Marilyn Trávez

