



## Pregrado

**Carrera:** Tecnicatura Superior en Ilustración Digital

**Asignatura (UIC):** Desarrollo de Proyectos

**Desarrollo de proyectos de titulación**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del**

**Título en:** Técnico Superior en Ilustración Digital

**Tema:** Campaña de concientización visual a base de la Ilustración Digital para reducir el lanzamiento de basura desde vehículos.

**Autor/s:** Robert Hernán Jiménez Gaona

**Tutor:** Mg. Alexandra Patricia Gualotuña Armas

**Fecha:** 11 de marzo de 2025



**Autor:**



**Jiménez Gaona Robert Hernán**

**Título a obtener:** Técnico Superior en Ilustración Digital

**Matriz:** Sangolquí -Ecuador

**Correo electrónico:** robert.jimenez@ister.edu.ec

**Dirigido por:**



**Gualotuña Armas Alexandra Patricia**

**Título:** Master en Diseño Gráfico Digital

**Matriz:** Sangolquí -Ecuador

**Correo electrónico:** patricia.gualotuna@ister.edu.ec

**Todos los derechos reservados.**

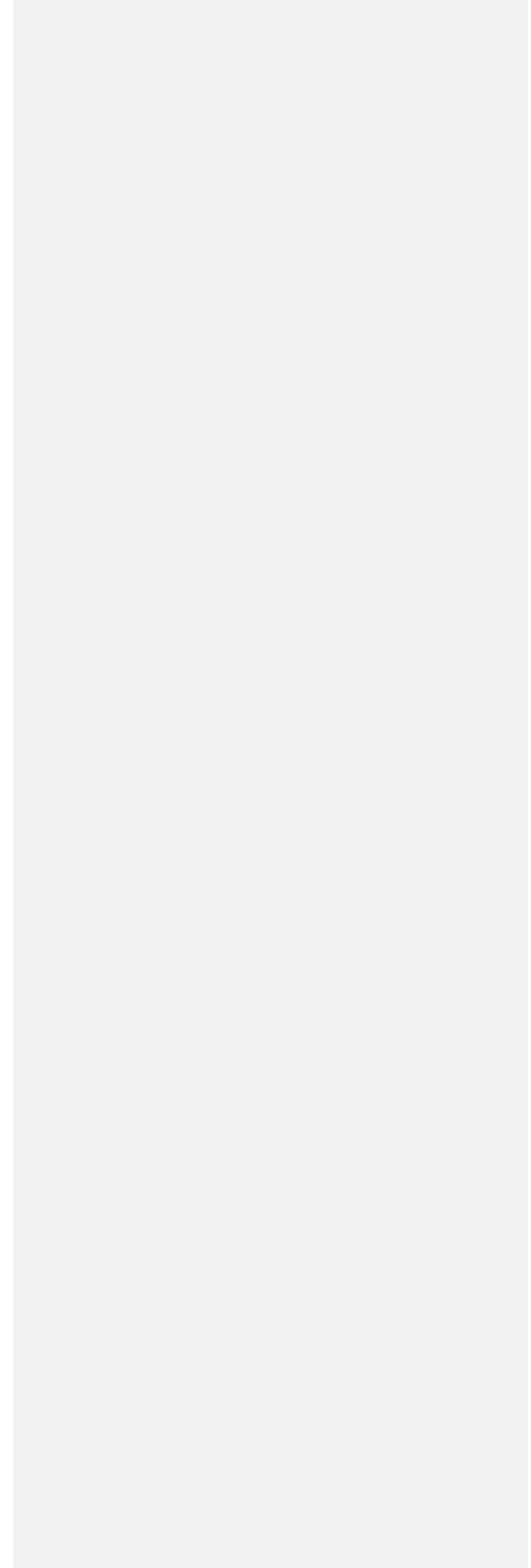
Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

JIMÉNEZ GAONA ROBERT HERNAN

*CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN VISUAL A BASE DE LA ILUSTRACIÓN  
DIGITAL PARA REDUCIR EL LANZAMIENTO DE BASURA DESDE VEHÍCULOS.*





**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1**

Sangolquí, 11 de marzo de 2025

**MSc. Elizabeth Ordoñez**  
**DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín**  
**COORDINADORA DE TITULACIÓN**  
**MSc. MARJORY CORTEZ**  
**COORDINADORA GENERAL**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE**  
**UNIVERSITARIO**

**Presente**

Por medio de la presente, yo, **Robert Hernán Jiménez Gaona** declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado **Campaña de concientización visual a base de la Ilustración Digital para reducir el lanzamiento de basura desde vehículos**, de la carrera Tecnicatura Superior en **Ilustración Digital**; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

**Robert Hernán Jiménez Gaona**  
C.I.: 2100973235

**MATRIZ SANGOLQUÍ:** Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero  
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628  
 [www.ister.edu.ec](http://www.ister.edu.ec) / [info@ister.edu.ec](mailto:info@ister.edu.ec)



## FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-1

**CARRERA:**

TECNICATURA SUPERIOR EN ILUSTRACIÓN DIGITAL.

**AUTOR:**

ROBERT HERNÁN JIMÉNEZ GAONA

**CONTACTO ESTUDIANTE:**

09 79 687 381

**CORREO ELECTRÓNICO:**

robert.jimenez@ister.edu.ec

**TEMA:**

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN VISUAL A BASE DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL  
PARA REDUCIR EL LANZAMIENTO DE BASURA DESDE VEHÍCULOS.

**OPCIÓN DE TITULACIÓN:**

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**RESUMEN EN ESPAÑOL:**

La idea principal de este trabajo de investigación es la creación y realización de una campaña de concientización de no botar basura por la ventana desde vehículos, esto debido a que la presencia de basura en las calles es evidente.

La basura en las calles ocasiona el taponamiento de alcantarillas y drenajes, al ser arrastradas por la lluvia, esto causa que se acumule el agua en las calles en temporada invernal. Esto provoca serios problemas a los habitantes que incluso el agua en algunos casos ingresa a las viviendas, lo cual afecta significativamente tomando en cuenta que puede dañar artefactos y todo lo que se tenga en casa.

**MATRIZ SANGOLQUÍ:** Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero  
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628  
www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec



### **Alcance**

En el alcance del proyecto, el proyecto va dirigido a los conductores de Lago Agrio, que a su vez deben exigir a sus acompañantes a colocar todos los desechos que se generen en el interior del vehículo, en un lugar adecuado y de esta forma poner nuestro granito de arena por el bien de nuestro planeta.

El proyecto lo que pretende generar es nuevos hábitos que sean directamente asociados a la conciencia ambiental, que nos permita tener una ciudad más limpia para todos tanto habitantes como turistas que nos visiten.

La propuesta gráfica comprende lo siguiente:

- Diseñar un video en el que se cuente una historia sobre las consecuencias de botar basura a la calle.
- Diseñar un tríptico con mensajes alusivos al proyecto.

### **PALABRAS CLAVE:**

Campaña, concientización, basura, ambiental, calles.

### **ABSTRACT:**

The main idea of this research work is the creation and implementation of an awareness campaign not to throw trash out of the window from vehicles, this is because the presence of trash in the streets is evident.

The trash in the streets causes the blockage of sewers and drains, when washed away by the rain, this causes water to accumulate in the streets in the winter season. This causes serious problems for the inhabitants that even the water in some cases enters the houses, which significantly affects taking into account that it can damage appliances and everything that is in the house.



### Scope

In the scope of the project, the project is aimed at the drivers of Lago Agrio, who in turn must require their companions to place all the waste generated inside the vehicle in an appropriate place and in this way do our bit for the good of our planet.

The project aims to generate new habits that are directly associated with environmental awareness, which allows us to have a cleaner city for all, both inhabitants and tourists who visit us.

The graphic proposal includes the following:

- Design a video that tells a story about the consequences of throwing garbage in the street.
- Design a brochure with messages alluding to the project.

### PALABRAS CLAVE:

Campaign, awareness, garbage, environmental, streets.



## SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2  
Sangolquí, 11 de marzo del 2025

Sres.-  
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE  
UNIVERSITARIO

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: **ROBERT HERNÁN JIMÉNEZ GAONA**, con C.I.: **2100973235** alumno de la Carrera TECNICATURA SUPERIOR EN ILUSTRACIÓN DIGITAL.

Atentamente,

Estudiante

**Robert Hernán Jiménez Gaona**  
C.I.: **2100973235**

### SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje de .....; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

\_\_\_\_\_  
MSc. Elizabeth Ordoñez  
DIRECTORA DE DOCENCIA

\_\_\_\_\_  
MSc. Mónica Loachamín  
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**MATRIZ SANGOLQUÍ:** Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero  
Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628  
 [www.ister.edu.ec](http://www.ister.edu.ec) / [info@ister.edu.ec](mailto:info@ister.edu.ec)

## **CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN VISUAL A BASE DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL PARA REDUCIR EL LANZAMIENTO DE BASURA DESDE VEHÍCULOS.**

### **Dedicatoria:**

A mi familia, en especial a mi madre por siempre apoyarme en cada paso que doy, en cada meta que me propongo, a mi hermana Jenny, porque siempre me ha motivado para que siga estudiando, a mi hermano William motivarme que siga adelante y que no me rinda ante cualquier situación que se me presente. A mis amigos, que siempre me han apoyado en cada paso que doy, sin importar la carrera que estudie siempre motivándome que siga adelante.

### **Agradecimientos:**

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme la vida y por levantarme cada día lleno de vida. También agradezco a toda mi familia por estar pendientes de mi en cada paso que doy, en especial a mi madre y hermanos que día a día han estado dándome palabras de aliento para que no me rinda durante todo este proceso y etapa estudiantil. También para todos mis maestros mis maestros el agradecimiento infinito por brindarme todas sus enseñanzas en cada clase, por tener la paciencia de explicarnos hasta los más mínimos detalles asegurándose que no quede ninguna duda y de esta forma sacarle el máximo provecho a esta etapa estudiantil.

## **RESUMEN**

La idea principal de este trabajo de investigación es la creación y realización de una campaña de concientización de no botar basura por la ventana desde vehículos, esto debido a que la presencia de basura en las calles es evidente.

La basura en las calles ocasiona el taponamiento de alcantarillas y drenajes, al ser arrastradas por la lluvia, esto causa que se acumule el agua en las calles en temporada invernal. Esto provoca serios problemas a los habitantes que incluso el agua en algunos casos ingresa a las viviendas, lo cual afecta significativamente tomando en cuenta que puede dañar artefactos y todo lo que se tenga en casa.

### **Alcance**

En el alcance del proyecto, el proyecto va dirigido a los conductores de Lago Agrio, que a su vez deben exigir a sus acompañantes a colocar todos los desechos que se generen en el interior del vehículo, en un lugar adecuado y de esta forma poner nuestro granito de arena por el bien de nuestro planeta.

El proyecto lo que pretende generar es nuevos hábitos que sean directamente asociados a la conciencia ambiental, que nos permita tener una ciudad más limpia para todos tanto habitantes como turistas que nos visiten.

La propuesta gráfica comprende lo siguiente:

- Diseñar un video en el que se cuente una historia sobre las consecuencias de botar basura a la calle.
- Diseñar un tríptico con mensajes alusivos al proyecto.

### **PALABRAS CLAVE:**

Campaña, concientización, basura, ambiental, calles.

## **ABSTRACT**

The main idea of this research work is the creation and implementation of an awareness campaign not to throw trash out of the window from vehicles, this is because the presence of trash in the streets is evident.

The trash in the streets causes the blockage of sewers and drains, when washed away by the rain, this causes water to accumulate in the streets in the winter season. This causes serious problems

for the inhabitants that even the water in some cases enters the houses, which significantly affects taking into account that it can damage appliances and everything that is in the house.

**Scope**

In the scope of the project, the project is aimed at the drivers of Lago Agrio, who in turn must require their companions to place all the waste generated inside the vehicle in an appropriate place and in this way do our bit for the good of our planet.

The project aims to generate new habits that are directly associated with environmental awareness, which allows us to have a cleaner city for all, both inhabitants and tourists who visit us.

The graphic proposal includes the following:

- Design a video that tells a story about the consequences of throwing garbage in the street.
- Design a brochure with messages alluding to the project.

**KEYWORDS:**

Campaign, awareness, garbage, environmental, streets.

**Índice de contenido:**

Planteamiento del problema ..... 12

Problema científico..... **¡Error! Marcador no definido.**

Preguntas científicas o directrices ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Objetivos específicos ..... 12

Justificación..... 13

## **INTRODUCCIÓN**

### **Planteamiento del problema**

La poca voluntad de actuar con conciencia ecológica y ambiental en la ciudadanía, en especial en los conductores.

La basura en las calles ocasiona el taponamiento de alcantarillas y drenajes, al ser arrastradas por la lluvia, esto causa que se acumule el agua en las calles en temporada invernal. Esto provoca serios problemas a los habitantes que incluso el agua en algunos casos ingresa a las viviendas, lo cual afecta significativamente tomando en cuenta que puede dañar artefactos y todo lo que se tenga en casa (Reyes, 2004).

El crecimiento paulatino de las ciudades, hace que aumente naturalmente la cantidad de basura que se acumula en cada sector. Pero ese no es tanto el problema, sino la falta de conciencia ambiental que hace que mucha gente se libere de la basura de forma inadecuada, también ocasiona severos problemas no solo en el Ecuador sino a nivel mundial (Villacís, 2019).

### **Objetivo general**

Elaborar una campaña de concientización visual a base de la Ilustración Digital para reducir el lanzamiento de basura desde vehículos.

### **Objetivos específicos**

- Analizar e identificar las causas que hace que tanto conductores como sus acompañantes arrojen basura y desechos por la ventana.
- Crear un diseño atractivo en diferentes formatos como videos y piezas comunicacionales impresas como dípticos y trípticos para un público objetivo en distintos formatos para que sea más fácil llegar a todos.
- Utilizar herramientas digitales y software especializado para crear las distintas piezas comunicacionales ilustradas, asegurando su compatibilidad con diferentes dispositivos y plataformas digitales.

- Verificar y validar que las piezas comunicacionales impresas y el video sean efectivos. garantizando su efectividad como herramienta de concientización para cambiar hábitos en los conductores al movilizarse en sus vehículos.

### **Justificación.**

La idea principal de este trabajo de investigación es la creación y realización de una campaña de concientización de no botar basura por la ventana desde vehículos, esto debido a la poca información sobre la conciencia ecológica y ambiental en la ciudadanía, en especial en conductores.

Según varios estudios, una campaña de concientización es, sencillamente, un proyecto que puede tener diferentes enfoques, uno puede ser solo informativo, pero también hay proyectos que tienen fines persuasivos, que buscan un cambio de hábito por parte de los mismos. (Tourret, 2013)

Una campaña de concientización busca cambiar los hábitos de las personas a quienes llega la campaña y poder ver que realmente se tiene resultados positivos, para ello es necesario usar herramientas llamativas y ser muy creativos para captar la atención del público y posteriormente incitarlos a que se unan a nuestra campaña.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **2.3.1 CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN**

La idea de sensibilización basada en la ilustración digital trata de resaltar la importancia de apoyar o corregir lo que dicha campaña propone en base a la forma o estilo en que presenta un mensaje, utilizando medios físicos y digitales para que pueda llegar a todos. Con esto se busca que el público objetivo a quien va dirigida la campaña pueda corregir su mala costumbre, en este adquiriendo prácticas más ecologistas para reducir la basura en las calles.

Para poder realizar la campaña debemos llenarnos de conocimiento y conseguir mucha información con todo detalle para adentrarnos más a la realidad del problema. En la campaña se realizará contenido que en base a la concientización que permita al público objetivo el cambio de hábitos con respecto a nuestra basura al viajar en un vehículo, (Noroña, 2023)

### **2.3.2 ESTRUCTURA DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN**

#### **- Reconocer el público objetivo**

-Definir quién será el público objetivo, en este caso es una campaña de concientización ambiental de no botar basura por la ventana, entonces va dirigida a todos los ocupantes de vehículos, en especial a los conductores.

#### **- Ponerse metas**

-Definir metas y escribir claramente lo que se pretende conseguir, además definir los tiempos, es decir poner plazos para lograr cada planteamiento.

#### **- Plantear la forma en que se desarrollará la campaña**

Definir cómo se va realizar el proyecto y los medios mediante los cuales se va desarrollar todo el contenido, para poder llegar de manera clara y sobre todo efectiva al público objetivo. (Perez, 2018)

### **2.3.3 DESECHOS EN LAS CIUDADES**

La presencia de desechos en las ciudades es una problemática que quizás no es nueva, pero que cada vez crece, cada vez hay más volumen, hay más acumulación de basura en espacios públicos, en los parques y sobre todo en las calles, esto afecta significativamente el buen vivir de la ciudadanía en general.

Nuestras pequeñas acciones diarias, por más pequeñas que parezcan son de gran importancia y generarían un impacto significativo en nuestro barrio, en nuestro pequeño entorno en post de preservar el medio ambiente. Por tanto, es fundamental hacer lo que esté a nuestro alcance, sin desanimarnos y al mismo tiempo invitar a otros a colocar adecuadamente los desechos en los lugares q corresponden. (Flores, 2024)

### **2.3.4 BASURA ARROJADA DESDE VEHÍCULOS**

Tirar basura por la ventana no solo trae como consecuencia elevadas multas; también perjudica considerablemente la estética de los espacios públicos. Además, puede alterar la flora y

la fauna que habita colindando la vía. Por otro lado, tampoco conviene arrojar residuos biodegradables, pues estos también traen inconvenientes a largo plazo.

Arrojar residuos biodegradables, como por ejemplo desechos de comida, podría no parecer una mala idea, pues estos se van a descomponer en pocas semanas. El problema es que las sobras de alimentos pueden atraer animales a la vía, lo cual los pone en peligro de ser atropellados. (Raquel, 2022)

### **2.3.5 ROL DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL DENTRO DE CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN**

La ilustración digital en las campañas de concientización desempeña un gran papel, puesto que crea mensajes visuales llamativos que permiten llegar cada vez a más personas, para ello se debe utilizar estrategias visuales y llamativas con un enfoque claro para hacer llegar cualquier mensaje de manera eficaz, generando empatía, emoción y acción. (Martinez, 2024)

En la actualidad, la crisis climática es un problema muy latente que está atravesando la humanidad. Es evidente que tenemos que actuar urgentemente para proteger nuestro planeta, por ello muchos ilustradores han utilizado su talento, mediante la creación de contenido visualmente llamativo para llegar al público objetivo, logrando así reducir el lanzamiento de basura en la calle. (Ripa, 2011), en su libro “El Cambio climático Una Realidad”, elaboró un material gráfico que estimula a sus lectores a realizar acciones urgentes que ayuden a disminuir la contaminación ambiental de manera general, ya que esta es la causa principal que desencadena en el cambio climático.

Los ilustradores ambientales también han hecho su parte, tratando de dejar un mensaje a través de sus creaciones, ellos nos muestran las consecuencias en un futuro de no muy lejano, si seguimos contaminando a un ritmo acelerado. Lo que se puede observar en sus obras son bosques devastados, océanos contaminados y otras imágenes fuertes sobre la reducción de la flora y la fauna. (Llopis, 2024)

### **2.3.6 TIPOS DE ILUSTRACIÓN**

Para definir los tipos de ilustración debemos conocer que cada ilustración tiene un enfoque, mediante el cual nos da un mensaje y nos cuenta una historia. Por lo tanto, mediante una ilustración expresamos nuestra imaginación, siempre usando algunas técnicas que nos permiten mejorar nuestro estilo propio pero lo más importante es la creatividad.

Los dos principales tipos de ilustración, son:

**Ilustración tradicional:** Es la que se dibuja con papel y lápiz y se pinta a mano.

**Ilustración digital:** Este tipo de ilustración es la que se realiza en un ordenador o pantallas gráficas usando diferentes programas desarrollados de manera moderna para la creación de imágenes. (Palacios, 2019)

En el presente proyecto la ilustración va ser mixta, pero en su mayoría va ser del tipo digital, siendo muy pocas las ilustraciones de forma tradicional.

### 2.3.7 GÉNEROS Y ESTILOS DE ILUSTRACIÓN

#### GÉNEROS

Según, (Tapia, 2012) los géneros de ilustración más importantes son:

##### - Ilustración científica

Son imágenes que acompañan artículos científicos para facilitar su entendimiento, y que no hagan aburridos, por lo general presentes en libros o sitios web.

##### Ilustración literaria

Son imágenes que suelen presentarse junto a un texto literario, igualmente para facilitar su entendimiento.

##### - Ilustración publicitaria

Son imágenes mucho mejor estudiadas con algún fin persuasivo, que brindan información sobre el producto al que acompañan y al mismo tiempo intenta vender la idea de porqué debes adquirirlo.

#### - **Ilustración editorial**

Son imágenes un poco más corporativas con la seriedad respectiva, presentes por lo general en libros y revistas y sitios web institucionales.

En este proyecto el género de ilustración que se utilizará es ilustración literaria.

### **ESTILOS**

#### - **Ilustración realista**

La ilustración realista, como su nombre lo dice es real, no sufre alteraciones, pero si tiene ciertos retoques y mejoras sobre todo en el color, haciéndola ver más llamativas.

#### - **Caricatura**

Este estilo de ilustración ha tenido gran éxito, siempre ha logrado captar muchísimo la atención. Pues se basa en la exageración, haciendo ciertos rasgos de un personaje, mucho mas grandes, dándoles un toque as divertido.

#### **Ilustración 3D**

La ilustración 3D es un arte moderno que utiliza los más recientes avances tecnológicos, utilizando diversos softwares especializados crea imágenes con aspecto tridimensional, imposibles de conseguir con herramientas tradicionales.

#### - **Anime**

Este estilo de ilustración también ha tenido mucho éxito, aunque ya lleva varios años, no deja de ser interesante y llamativo en distintas series y películas que se han ganado un lugar en el corazón de la gente, su principal característica son sus ilustraciones llenas de color, con temas fantásticos que captura la inocencia de los niños. (Raus, 2024)

En este proyecto el estilo que se utilizará es el de Ilustración realista.

### **2.3.8 TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN**

#### - **Dibujar**

Hoy en día se puede realizar de dos maneras: La primera con papel y lápiz, y la segunda mediante una tableta electrónica.

- **Tinta**

Esta técnica se realiza con tinta y diversos tipos de pinceles de acuerdo al trabajo que se va a realizar. Pero la realidad es que hoy en día va perdiendo protagonismo, puesto que su principal característica es que no se puede borrar ni corregir.

- **Colores**

Es clásica y sencilla, por ende es la más utilizada en nuestros primeros años de vida, pero al mismo tiempo teniendo un buen nivel de manejo nos permite realizar lindos acabados.

- **Pastel**

Es una técnica muy buena más que todo utilizada para pintar, para la cual se debe utilizar hojas o lienzos adecuados que resalten su color. Su presentación en barras, como si fuera un carboncillo.

- **Acuarela**

Es una técnica muy utilizada, con ella se alcanza todos los tonos y colores en nuestras ilustraciones. Al mismo tiempo es la herramienta más fácil para mezclar y combinar colores y así conseguir nuevos colores más realistas y precisos para nuestro trabajo. (Palacios, 2019)

En este proyecto la técnica de ilustración que se va a utilizar es la técnica de dibujo.

### **2.3.9 FUENTES TIPOGRÁFICAS EN CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN**

La tipografía es muy importante, pues no se trata solo de elegir una fuente que se vea bien, se trata de transmitir mensajes y evocar emociones. En campañas de concientización se debe organizar la tipografía para hacer que el lenguaje escrito sea legible y visualmente atractivo. Ya sea impresa o en la web, la tipografía tiene el poder de mejorar la estética general y la efectividad de un diseño. (Zayed, 2014)

Las fuentes tipográficas son muy importantes, pues al elegir una mala tipografía se puede arruinar un gran trabajo, por ello hay que darle la importancia y valoración que merece, así mismo fijarse en el tamaño que se la presenta de acuerdo a la composición que se está realizando, para que su presencia resalte. (Moreto, 2015)

### **2.3.10 PSICOLOGÍA DEL COLOR**

Este aspecto es muy importante, los colores dan mensajes y hasta cambian o provocan estados de ánimo, por eso debemos prestar mucha atención a los colores que utilizamos, la reacción que una persona tiene frente a un color u otro. Los colores nos provocan un cambio de estado mental y en base a ellos muchas veces tomamos decisiones. (Mora, 2017).

El color es un elemento importante en las campañas de concientización porque puede influir en las emociones y comportamientos de las personas. Al elegir los colores para una campaña, es importante tener en cuenta la personalidad que se quiere transmitir, las preferencias del público y las diferencias culturales. (Pantoja, 2014)

### **2.3.11 DEFINICIÓN DE CROMÁTICAS PARA LA CAMPAÑA**

A continuación, detallaremos los colores que se van a utilizar en este proyecto:

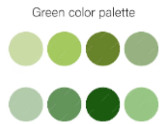
#### **- VERDE**

Como es de imaginarse por la temática del proyecto, el color predominante es el verde en sus distintos tonos y variaciones.

El verde no puede faltar en el proyecto, puesto que es el color que más se asocia con la naturaleza. (Uzink, 2024)

Según (Donev, 2023), el color verde se asocia con temas ambientales por su relación con la naturaleza y la sostenibilidad. El verde es el color de las plantas, que lo adquieren durante el proceso de fotosíntesis, el verde es un color que se utiliza para transmitir un compromiso con la preservación del planeta. Desde los inicios de la humanidad, el color verde ha sido asociado con

nuestra supervivencia, pues nuestros antepasados tenían los paisajes verdes como refugio y sustento.



**Figura 1**

Tomada de: <https://bit.ly/3ZxlbyD>

#### - AZUL

El azul es también es un color que está muy relacionado con la temática del proyecto, por lo tanto, también será muy notable su presencia.

El color también tiene muchos significados, por tanto, en el proyecto será uno de los colores que más estará presente. (Uzink, 2024)

Según (Oca, 2021) el color azul está directamente relacionado con la naturaleza porque tiene una peculiaridad que es prácticamente un color inmortal, tiene la capacidad de permanecer en las especies que lo poseen incluso después de su muerte. Se conoce historias de esqueletos de animales que al ser encontrados después de muchos años aún mantienen su color azul.



**Figura 2**

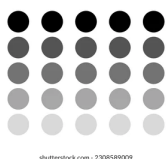
Tomada de: <https://bit.ly/41bMHTi>

## - NEGRO

Evoca elegancia, autoridad y misterio. El color negro está presente en todo lado, y en la parte gráfica no es la excepción, pues transmite muchas emociones, ejemplo tristeza, duelos y, son emociones muy fuertes que llaman la atención en el tema gráfico, lo que hace que generen muchas vistas y que cromáticamente han resultado tener éxito. (Uzink, 2024)

(Pérez-Chirinos, 2024), nos dice que, el color negro en la parte gráfica ha logrado darle mejor estética y es visualmente llamativo, utilizándolo en las tonalidades apropiadas y en las cantidades adecuadas, por ello en el proyecto será parte tanto en los personajes como también en el entorno o el escenario, otro lugar donde el color negro ha alcanzado buena aceptación es en la tipografía, es el lugar donde ha causado gran impacto.

**Figura 3**



Tomada de: <https://bit.ly/4gbYBRA>

## - MARRÓN

Representa la estabilidad, la neutralidad y la sencillez, también está muy presente en la naturaleza. Es el color representativo de la tierra donde estamos de pie, o en su defecto caminando. (Uzink, 2024)

El color marrón según (Macías, 2022) es el color más parecido a la tierra, es por ello que se relaciona mucho con la naturaleza. Así mismo en sus distintas variaciones, muestra o está presente en distintos alimentos, como también en la madera, etc.

**Figura 4**



Tomada de: <https://paletadecolores.online/marron/>

## - BLANCO

El color blanco representa pureza, inocencia y paz, también está muy relacionado con nuestro ecosistema, ejemplo en las nubes que son elemento importante de la naturaleza. El color blanco es un color muy utilizado en las campañas de concientización, pues representa también higiene, perfección, frescura, salud y minimalismo. (Uzink, 2024)

Según (Chavez, 2022), este color se encuentra en la naturaleza en la nieve, en las nubes y en las olas del mar, por lo que es un color que se relaciona comúnmente con la pureza, la limpieza, paz y tranquilidad.



**Figura 5**

Tomada de: <https://bit.ly/4ePPSmU>

Si en el desarrollo del proyecto es necesario colocar más colores los colocaremos en este sitio paulatinamente.

### 2.3.12 ESTRATEGIAS VISUALES

Las estrategias visuales en una campaña de concientización son muy importantes pues permiten captar la atención del público y facilitan el aprendizaje utilizando distintos elementos como gráficos, diagramas y colores. Estas herramientas nos permiten también organizar mucho mejor el contenido, adaptándose a diferentes estilos de aprendizaje visual. (Fares, 2023)

#### **Características de una estrategia visual eficiente:**

Para que sea eficiente se debe hacer un proceso adecuado y tomarse el tiempo para desarrollarlo. Por lo general se empieza organizando un moodboard, también es importante realizar el Brief, con ello tendremos claro por donde comenzar el boceto con el cual ya va tomando forma el proyecto, hasta finalizarlo con el uso de la croatica adecuada. (Hodgon, 2022)

En el presente proyecto se va aplicar estrategias visuales como: Afiches ilustrados para redes sociales y también se los utilizará para imprimir en el formato adecuado, en forma de dípticos, trípticos y flyers, con esto se logrará que la campaña de concientización llegue fácilmente al público objetivo.

#### **2.3.13 BRIEF**

El Brief es un documento indispensable para cualquier proyecto o trabajo que vayamos a realizar, pues sirve para brindar un panorama que vaya de lo general a lo específico, siguiendo un esquema establecido. Sirve para dar orden y estructura, permitiendo la planificación de ideas y tareas. Es creativo, contempla una serie de acciones indispensables para realizar cualquier proyecto. (Santos, 2024)

El Brief en campañas publicitarias es indispensable pues generalmente en las agencias de publicidad lo realizan juntos el cliente y el diseñador para poder tener clara la ruta a seguir, el público a quien va dirigida la campaña, etc. Lo mismo ocurre en las campañas de concientización, pues el Brief nos da toda la información para poder crear el contenido de un proyecto de acuerdo a las especificaciones técnicas que se hayan definido. (Martins, 2024)

#### **2.3.14 MOODBOARD**

El moodboard en una campaña de concientización es muy importante porque en este espacio que tiene la apariencia de un collage, se coloca varias imágenes que sirven como

referencia, así mismo en el moodboard se define o se elige la tipografía que se va utilizar en el proyecto, los colores, entre otros, El moodboard nos permite tener ideas claras para empezar a crear nuestro proyecto gráfico y además impulsa la creatividad al tener imágenes como referencia. (Villate, 2024)

### 2.3.15 GUIONES

En el proyecto se va utilizar los siguientes guiones:

- **Guion Narrativo**

En el guion narrativo se creará una historia, dividida en distintas escenas, cada escena tendrá una secuencia que organizadamente vaya detallando la introducción, nudo y desenlace de dicha historia.

- **Guion Técnico**

En este guion se detallará los planos que se van a utilizar, el zoom, el tipo de iluminación y el tiempo de cada escena y todos los detalles que después nos servirá como guía para desarrollar el proyecto.

- **Guion Gráfico**

Dibujar a detalle cada una de las escenas, de acuerdo al guion técnico que se ha planteado.

Comentado [GAAP1]:

### Antecedentes

Las campañas de concientización inicialmente se utilizaban para promocionar y difundir un problema social en la que los miembros de un grupo u organización se comprometían en apoyar y se dividían el trabajo para que dicha campaña tenga el éxito esperado. (Bengala, 2022).

Además, las campañas de concientización se basan en la empatía y solidaridad de las personas que también se podría definir como una preocupación activa para abordar e intentar solucionar distintas problemáticas que enfrenta la humanidad (Juarez, 2023). Estas problemáticas pueden ser sociales, ambientales, entre otras.

También, la ilustración digital es una herramienta importantísima cuando se trata de crear campañas de concientización, porque mediante ilustraciones se puede crear mensajes visuales en forma de imágenes con un significado. La ilustración es entonces una representación del pensamiento hecha imagen visual y esto permite que sea más fácil captar el mensaje de una campaña específica (Riaño, 2009).

Finalmente podemos decir que botar basura por la ventana de los vehículos o en general arrojar basura a la calle se ha convertido en una mala práctica muy frecuente en todo el mundo. Mucha de la basura que arrojamos en las calles van a caer en las alcantarillas, quebradas, ríos y lugares desolados donde no son recogidas, ahora la contaminación se agrava dependiendo el tipo de desechos y el tiempo que tome en descomponerse (Brugiatti, 2006).

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.7. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **2.7.1. MATERIALES:**

- Laptop Hp
- Tableta gráfica Wacom
- Hojas de cartulina blanca
- Lápices de grafito
- Borrador de queso
- Adobe Ilustrador
- Adobe Photoshop

##### **2.7.2. MÉTODOS:**

### **Fase 1 – Definición:**

Se genera la campaña de concientización porque el problema es la poca conciencia ambiental y los malos hábitos en la ciudadanía, en especial en los conductores, que hace que se liberen de la basura de forma inadecuada, arrojando la basura a la calle.

### **Fase 2 – Investigación:**

En el siguiente proyecto la fase de investigación que se utilizó fue la recopilación a través de bibliografía en fuentes de control de investigación como: Google académico, fuentes digitales, artículos científicos, tesis universitarias y tesis de maestrías digitales, todas estas fuentes están citadas y con la referencia bibliográfica en el proyecto.

### **Fase 3 -Ideación:**

En la fase ideación proponemos las siguientes soluciones:

- Diseñar dípticos y trípticos impresos con mensajes alusivos al proyecto.
- Diseñar un video en el que se cuente una historia sobre las consecuencias de botar basura a la calle.
- Crear frases sobre la contaminación ambiental y colocar en cada pieza comunicacional que conforma el proyecto.
- Crear ilustraciones con mensajes ambientales.
- Diseñar imágenes y composiciones digitales con mensajes sobre la importancia de no botar basura por la ventana.
- Incitar a los conductores a socializar con sus acompañantes la importancia de mantener limpias nuestras calles.

### **Fase 4 – Prototipo:**

- Realizar piezas comunicacionales como dípticos y trípticos impresos para entregar al público objetivo.
- Realizar un video con una historia sobre las consecuencias de botar basura a la calle.

- Realizar composiciones digitales con mensajes sobre la importancia de no botar basura por la ventana y así promover el cuidado de nuestro planeta.
- Crear ilustraciones y frases sobre la contaminación ambiental para colocar en el proyecto.

#### **Fase 5 – Selección:**

En esta fase seleccionaremos las mejores ideas para solucionar el problema que estamos abordando en el proyecto, la importancia de esta fase está en dejar listas y claras las ideas para la siguiente fase de implementación.

#### **Fase 6 – Implementación:**

En esta fase del proyecto iremos dando forma a nuestro proyecto, colocándolo en un contexto real, para poder visualizarlo como va quedar al final, aquí podemos utilizar herramientas como los Mock Up.

#### **Fase 7 – Aprendizaje:**

En esta fase de aprendizaje, se realizará la retroalimentación del proyecto, se analizará en qué nos equivocamos, que debemos hacer para mejorar, que otras ideas podemos implementar para que la campaña de concientización termine siendo más eficiente.

### **CAPÍTULO III**

#### **PROPUESTA DEL DESARROLLO DEL PROYECTO TÉCNICO**



# BRIEF

## EL BRIEF DEL PROYECTO

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN VISUAL A BASE DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL PARA REDUCIR EL LANZAMIENTO DE BASURA DESDE VEHÍCULOS.

### OBJETIVO

Elaborar una campaña de concientización visual a base de la Ilustración Digital para reducir el lanzamiento de basura desde vehículos.

Para ello se creará un diseño atractivo en diferentes formatos como videos y piezas comunicacionales impresas como dípticos y trípticos para un público objetivo en distintos formatos para que sea más fácil llegar a todos.

### FORMATO

Se creará un diseño atractivo en diferentes formatos como videos y piezas comunicacionales impresas como dípticos y trípticos para un público objetivo en distintos formatos para que sea más fácil llegar a todos.

Se utilizará herramientas digitales y software especializado para crear las distintas piezas comunicacionales ilustradas, asegurando su compatibilidad con diferentes dispositivos y plataformas digitales.

### MENSAJE

La presencia de basura en las calles es una problemática que cada vez crece, cada vez hay más acumulación de basura en espacios públicos, en los parques y sobre todo en las calles, esto afecta significativamente la calidad de vida de la población urbana y en la conservación del medio ambiente.

### PÚBLICO OBJETIVO

La campaña va dirigida a los conductores de Lago Agrío, que a su vez deben exigir a sus acompañantes a colocar todos los desechos que se generen en el interior del vehículo, en un lugar adecuado.

Si hablamos de edad, al referirnos a los conductores, va dirigido a personas mayores de 18 años sin límite.

Pero también a sus acompañantes que pueden ser incluso menores, sin límites de edad.

### ELEMENTOS

- El personaje protagonista de la historia que será contada.
- El escenario una calle con presencia de basura.
- Una persona arrojando basura desde un vehículo.



## ESTILO DE ILUSTRACIÓN



## PALETA DE COLORES

**a0d7e8**

**69b42d**

**13a538**

**e9e987**

**6f5d18**

**3b75ba**

**342413**

**f2b7d4**

## GUIÓN LITERARIO O NARRATIVO

PETER PAPER, de unos 12 años, es un niño muy inteligente y aparte a su temprana edad, tiene la cualidad de ser muy ecologista, le molesta cuando ve alguien realizando una acción que atente contra la naturaleza.

### 1. EXT. CIUDAD - DIA

PETER y sus padres salen el primer día de clases a su nueva escuela, y mientras van caminando observan que desde un vehículo cae una botella de agua vacía a la calle.

PETER aprovecha el semáforo en rojo, recoge la botella y se la entrega al conductor.

PETER

¡Amigo, se le cayó esta botella!

El CONDUCTOR la recibe con una sonrisa, porque se da cuenta que un niño le corrige su mal hábito. Cambia el semáforo y los vehículos avancen lento debido al tráfico que se genera cerca de la escuela.

De repente en el siguiente semáforo PETER y sus padres ven nuevamente caer la botella desde el mismo vehículo, entonces se da cuenta que el conductor la suelta intencionalmente.

PETER aprovecha el semáforo, recoge la botella y se la entrega nuevamente al conductor.

PETER

Amigo, me doy cuenta que usted bota esta botella nuevamente a la calle y quiero contarle que eso está muy mal, la contaminación en nuestro planeta es cada vez mayor y el cambio climático es evidente. Le invito que haga conciencia y coloque siempre la basura en su lugar ayudando a mantener unas calles más limpias y nuestro entorno en general.

El conductor sonríe, recibe la botella y la ubica dentro del vehículo.

CONDUCTOR

Gracias niño, mil disculpas y aprovecho la oportunidad para felicitarte por lo que estás haciendo, créeme que te corrijan es bueno, pero cuando te corrige un niño vale el doble. No te preocupes, no lo volveré hacer.

PETER agradece, se despide y regresa con sus padres sonriendo, contento porque siente que logró el cambio en una persona, en un conductor.

PETER

Miren, me hizo caso jajaja, entendió el mensaje.

PADRE

Bien hijo, lo hiciste bien, me siento orgulloso de ti.

PETER abraza a sus padres, todos sonríen y continúan su camino a la escuela.

**2. EXT. CIUDAD - DIA**

PETER con sus padres, después de salir de clases se dirigen nuevamente a su casa, pero mientras caminan observan como una persona deja caer desde un vehículo una hoja de papel hacia el piso.

PETER

¡Mira mamá botaron algo a la calle!

Rápidamente se acercó y recogió la hoja de papel, pero esta vez el vehículo ya se había marchado lejos como si nada, entonces se acercó a un tacho de basura público ubicado junto a la vereda y colocó allí la hojita.

PETER (CONT.)

¡Se me escaparon jaja, algún día los encontraré!

La gente no hace conciencia, debemos cuidar nuestro planeta.

MADRE

Si hijo, es lamentable pero lo importante es que estas haciendo tu parte, eso debe dejarte tranquilo.

Mientras caminaban observan que no pueden caminar una cuadra sin encontrar, aunque sea un pequeño papel en la calle, siempre hay algo botado en el piso, a pesar que en cada esquina hay un tacho público donde se pueda colocar cualquier desecho. Eso hace pensar a PETER y piensa que debe continuar mirando por si alguien bota algo a la calle para llamarle la atención.

**3. EXT. CIUDAD - DÍA**

En eso que siguen caminando se queda observando una niña que su madre le compra un helado envasado en una funda plástica, la niña retira el helado del sobre y hace la más fácil, arroja la funda a la calle.

PETER ni lo piensa, inmediatamente se acerca, recoge la funda y se acerca a la niña para entregarle.

PETER

Hola, amiguita quiero avisarte que se cayó algo.

NIÑA

Que ha sido

PETER

Esta fundita

NIÑA

Ah, no importa, no me sirve.

PETER

Si amiguita, pero te quiero decir que debes colocar la basura siempre en el lugar correspondiente, en cada esquina hay un tachito que debes utilizar, no te cuesta nada, pero nuestro planeta te lo agradecerá.

NIÑA

Ah perdón, no volverá a pasar.

MADRE DE LA NIÑA

Es enserio, ¡wao que niño tan educado y tan inteligente!  
Tiene toda la razón amiguito, hoy nos diste una lección.  
Felicitó también a tus padres por inculcar esos valores en  
ti.

PETER se despide y se va junto a sus padres, nuevamente muy feliz, porque logró cambiar una vez más la conciencia de estas personas.

Sus padres nuevamente lo abrazan y felicitan, porque ven esa obsesión por ver limpias las calles de la ciudad.

PADRE

Bien hijito, me siento orgulloso de ser tu padre, eres un gran ser humano y un ejemplo para los niños.

PETER

Gracias a ustedes, yo solo sigo su ejemplo.

#### **4. EXT. CIUDAD - DIA**

Mientras seguía caminando con sus padres, PETER no pensaba en otra cosa que no sea, observar a todo aquel que lanzara algún desperdicio a la calle, sus padres lo miraban casi obsesionado con cuidar las calles y tratar de corregir a la gente que arroje algo a la calle.

Minutos más tarde, desde lo alto de un bus urbano, miraba con asombro como caía una funda de Doritos vacía. PETER como siempre rápidamente la recogió, pero esta vez no pudo llamarle la atención a nadie, pues no se sabía quién la arrojó al suelo, desde ese bus que iba lleno de pasajeros.

PETER

Realmente hubiera querido saber, quien lanzó esta funda para explicarle que no está bien.

PADRE

Si hijo, pero el bus va lleno, no se puede saber, ni el conductor podría impedirlo, esto ya depende de cada persona hijo.

PETER

Si padre, realmente hay mucho por hacer en este tema, la gente no tiene una conciencia ambiental, debemos seguir corrigiendo este mal hábito.

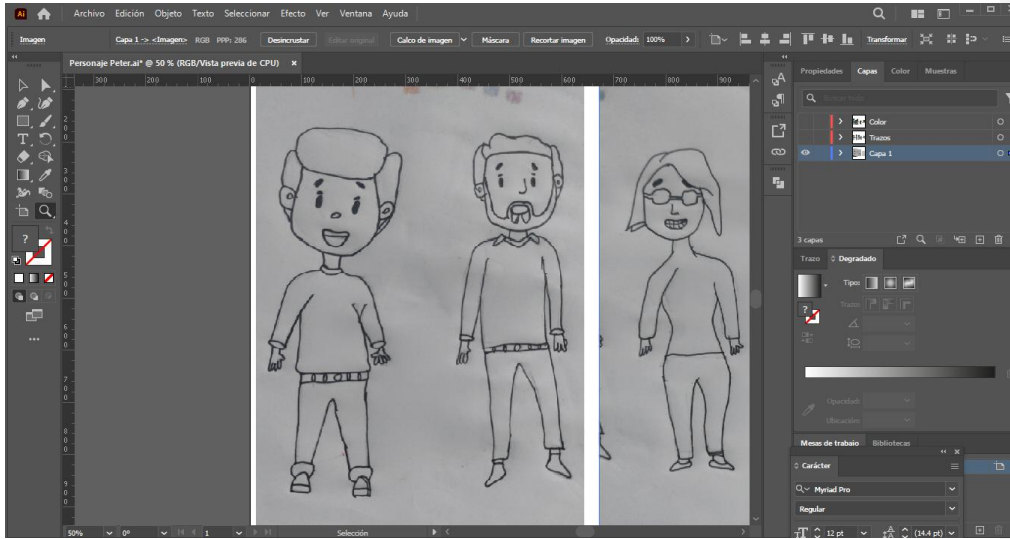
**GUIÓN TÉCNICO**

ES CENA	PLANO	DESCRIPCIÓN	ÁNGULO	SONIDO	DURACIÓN
1	General	Peter Paper va caminando por la calle junto a sus padres. La ilustración muestra un enfoque de su recorrido.	Frontal	Ambiental	10"
1	Entero	Peter recoge la botella. La ilustración abarca todo el cuerpo de Peter.	Perfil	Vehicular	5"
1	General	Peter entrega la botella al conductor. La ilustración muestra a Peter y al conductor.	Escorzo O Frontal	Vehicular Y Ruido de la gente	10"
2	General	Peter caminando con sus padres. La ilustración	Frontal	Vehicular Y	10"

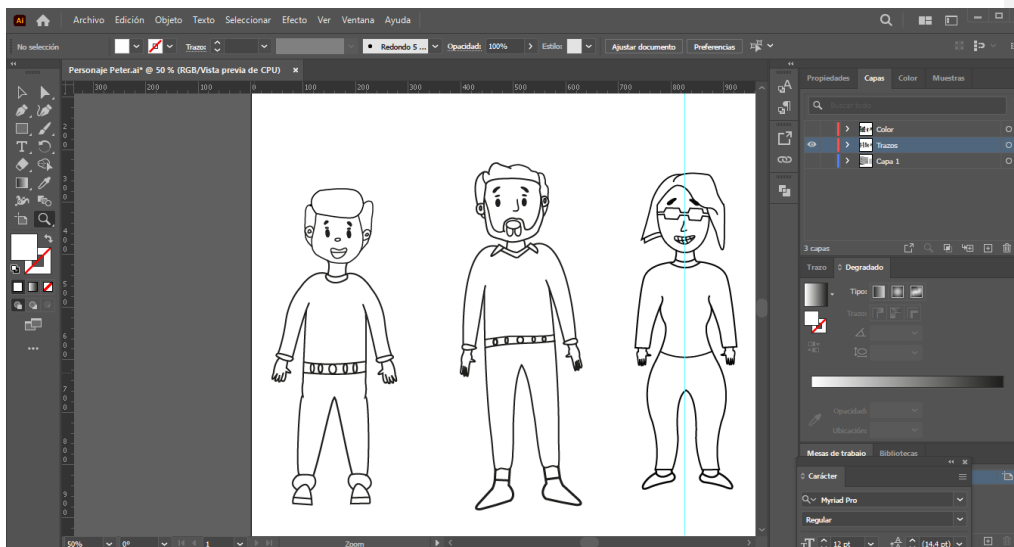
		n muestra el escenario con los protagonistas		Gritos de la gente	
2	Entero	Peter recoge la hojita de papel. La ilustración muestra a Peter en cuerpo completo	Perfil	Vehicular Y ruido de la gente	5"
3	General	La ilustración muestra a Peter caminando junto a sus padres.	Frontal	Vehicular Y risas de la gente	10"
3	Entero	La imagen muestra a Peter junto a la funda de helado.	Perfil	Vehicular	5"
3	General	La ilustración muestra a Peter entregando	Escorzo	Vehicular	10"

		la funda a la niña.			
3	General	La ilustración muestra a la madre de la niña hablando junto a Peter y la niña.	Escorzo	Vehicular	15"
4	General	La ilustración muestra la funda de doritos cayendo desde el bus	Contrapicado	Vehicular	10"
4	Entero	La ilustración muestra a Peter junto a la funda de doritos	Perfil	Vehicular	10"
4	General	La ilustración muestra nuevamente a Peter junto a sus padres	Frontal	Vehicular	10"

## BOCETO DE PERSONAJES

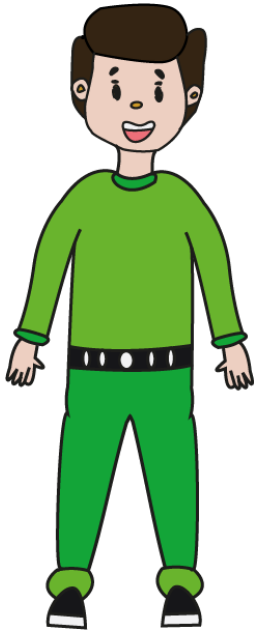


## REDIBUJO DE PERSONAJES EN ILUSTRADOR

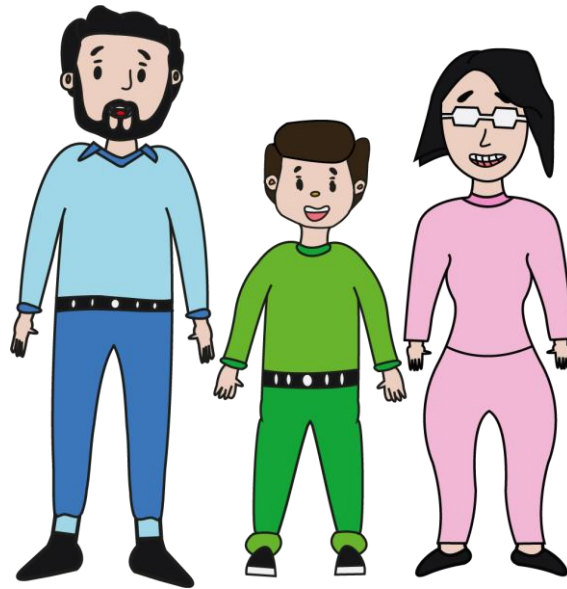


## PERSONAJES PRINCIPALES

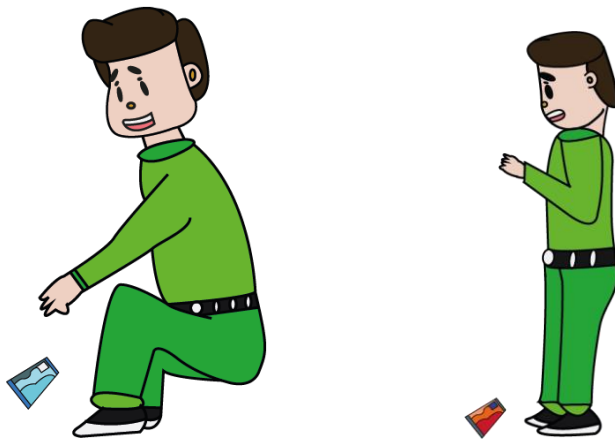
PETER PAPER



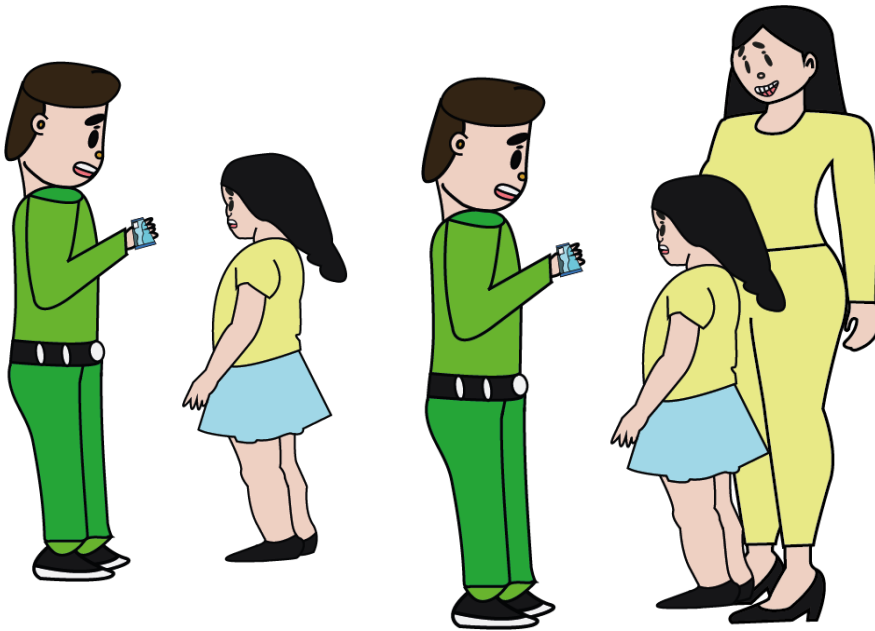
PETER Y SUS PADRES



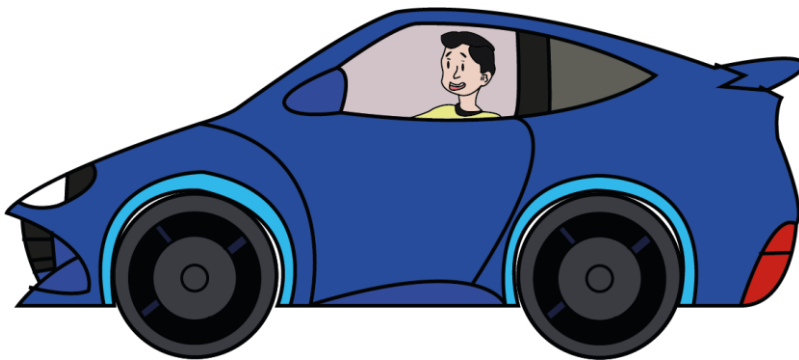
## PETER EN OTRAS POSTURAS



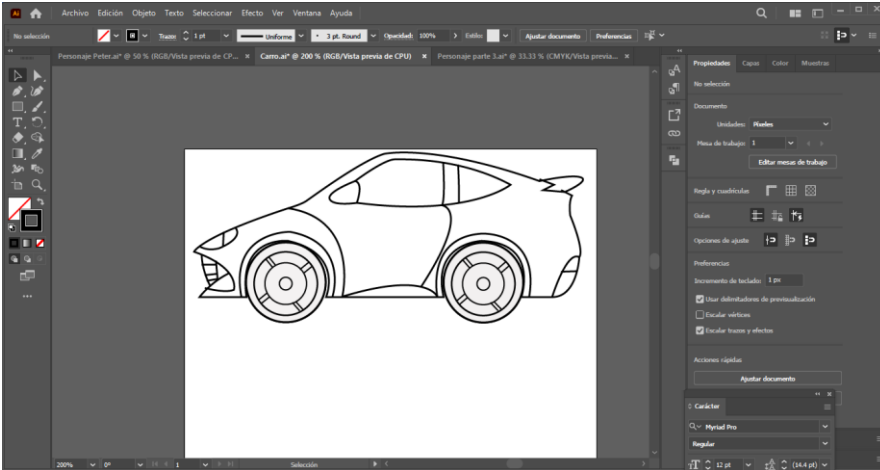
**PETER CON MÁS PERSONAJES**



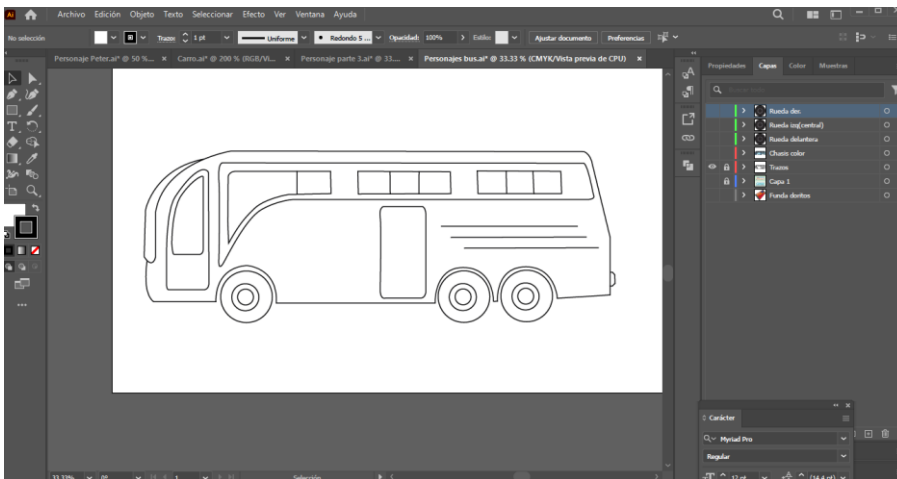
**CONDUCTOR**



## CARRO DIBUJADO EN ILUSTRADOR

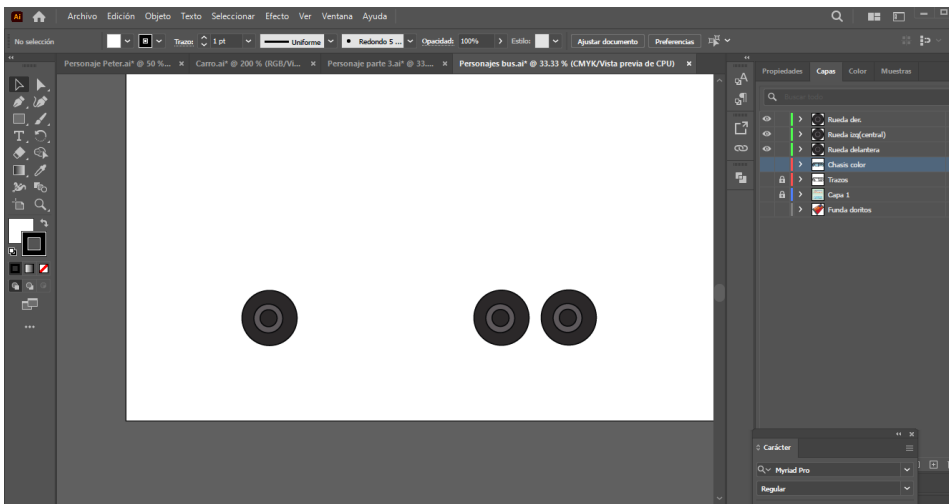
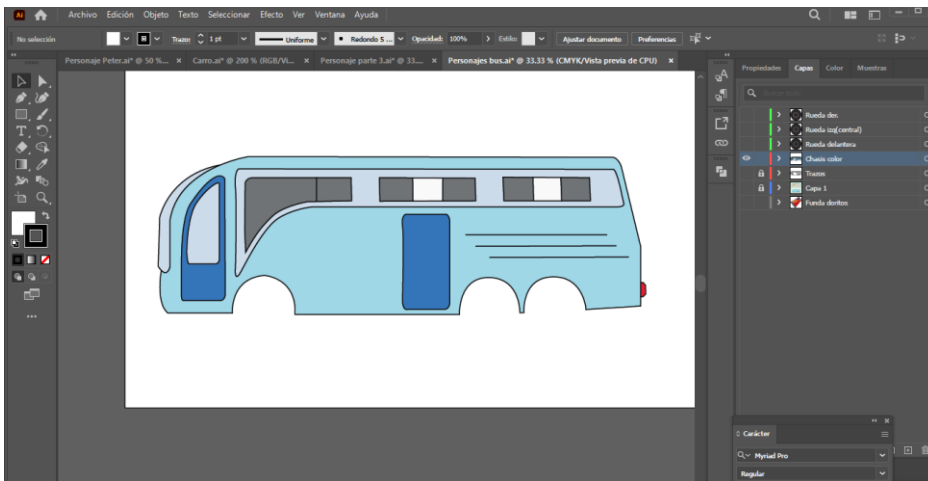


## BUS DIBUJADO EN ILUSTRADOR

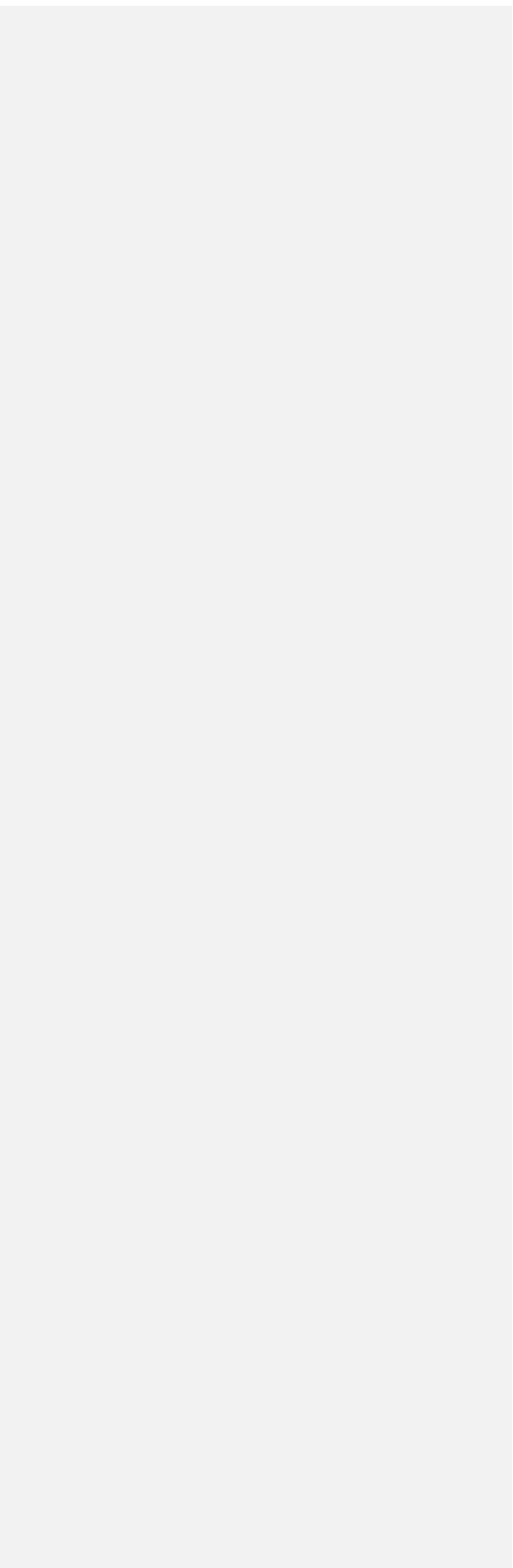
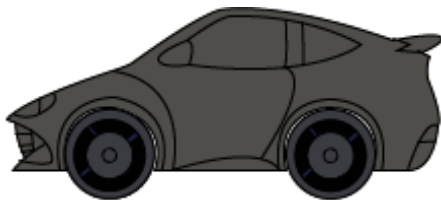
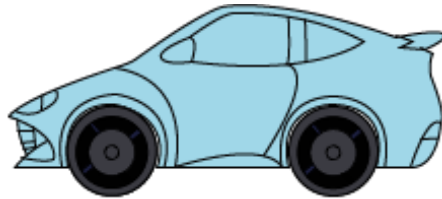
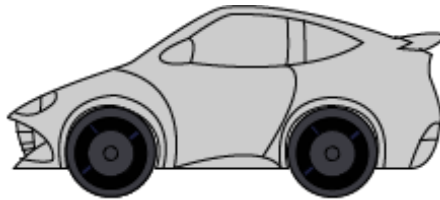
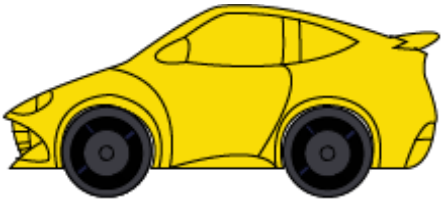
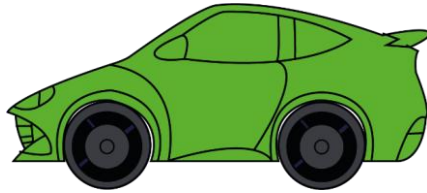
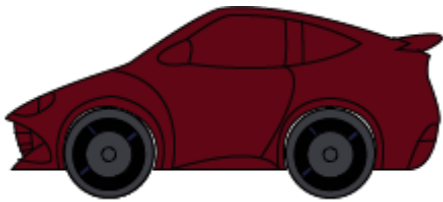


## BUS TERMINADO

CHASIS Y RUEDAS EN CAPAS DIFERENTES PARA PODER ANIMAR

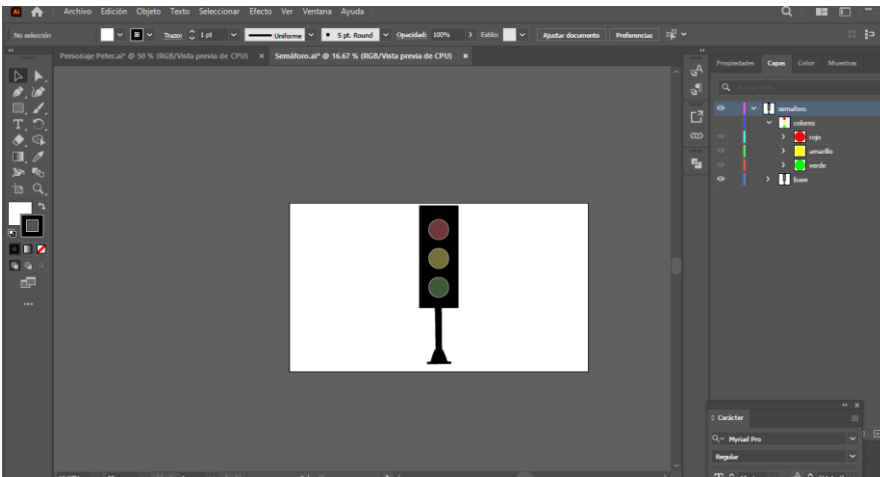
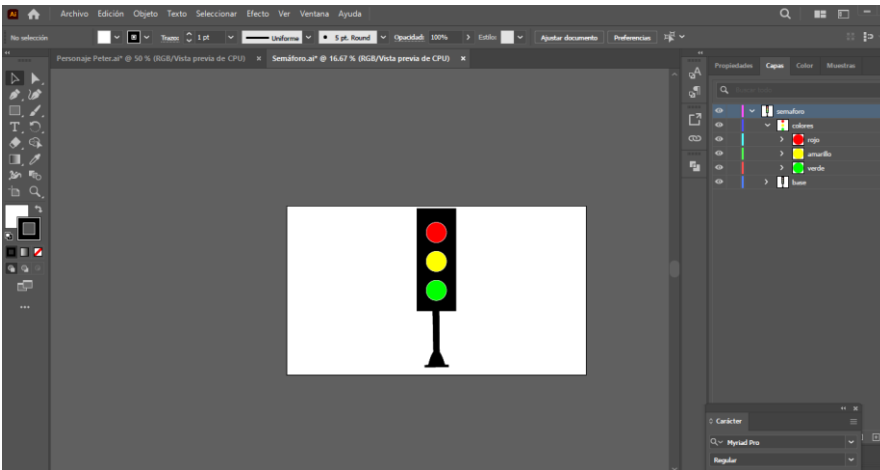


**AUTOS EN DISTINTOS COLORES**

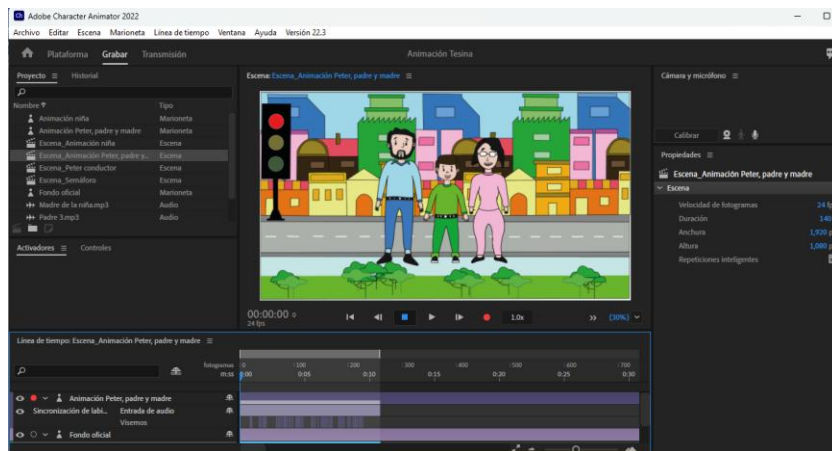
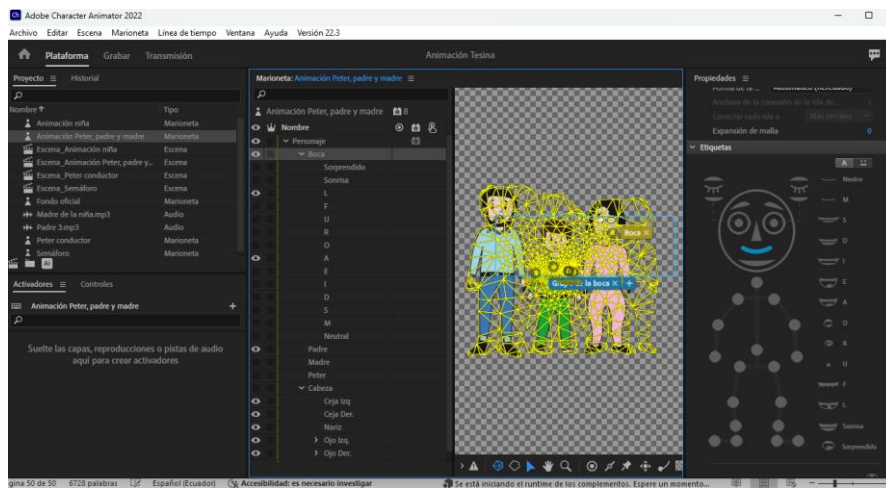


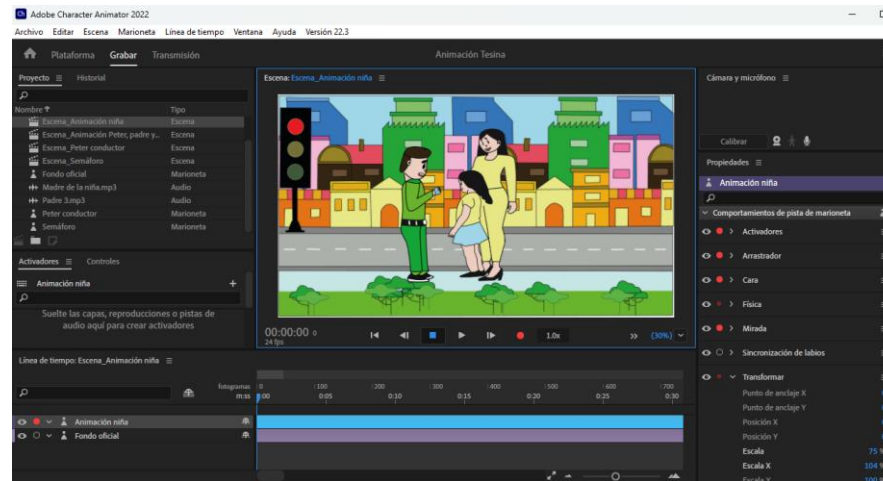
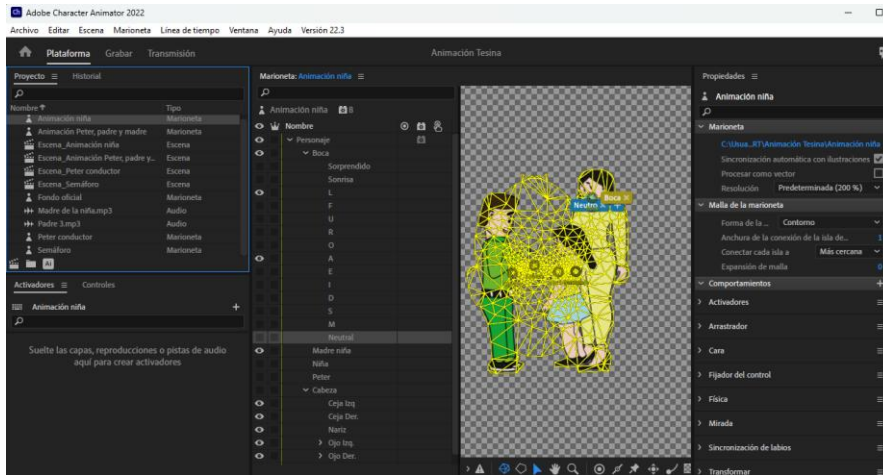
# SEMÁFORO ENCEDIDO Y APAGADO

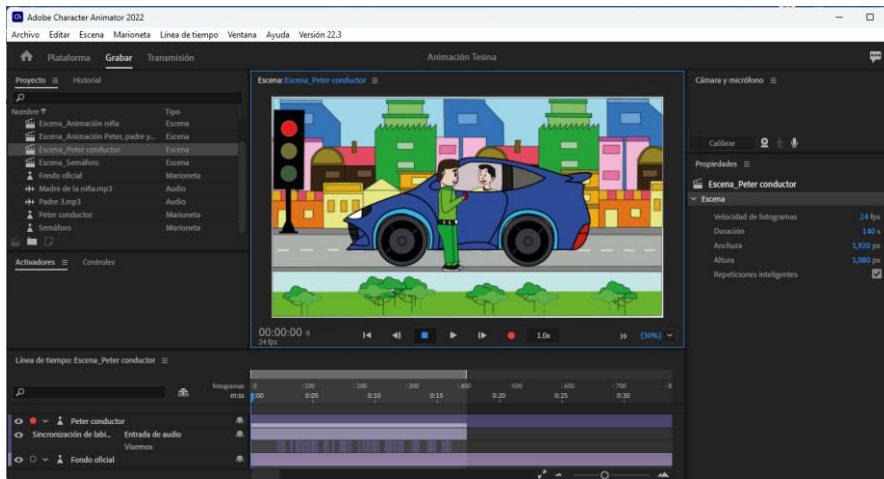
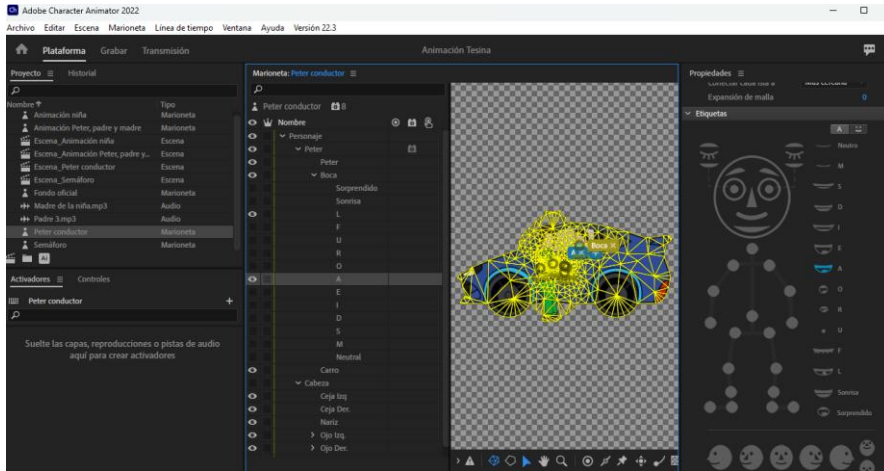
## DISEÑADO EN ILLUSTRATOR

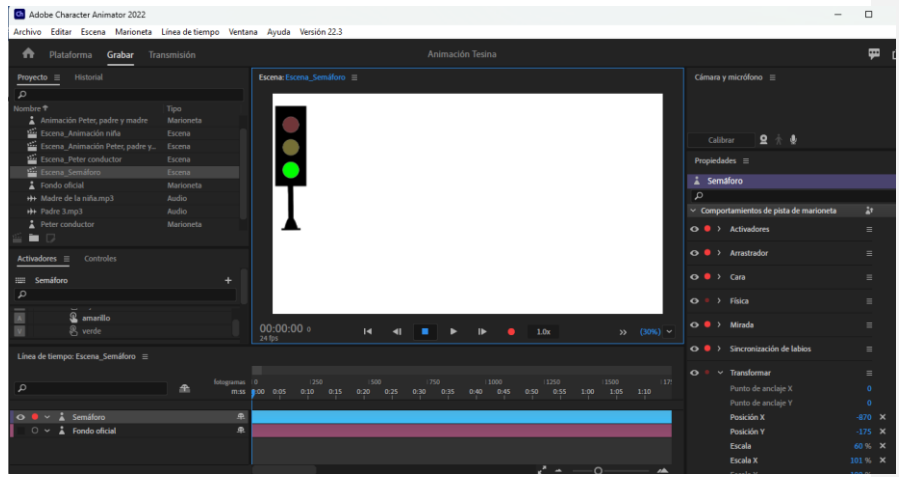
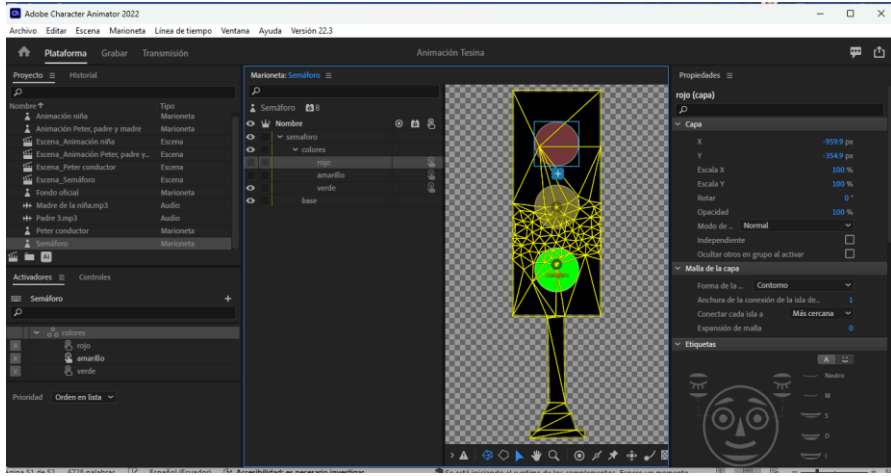


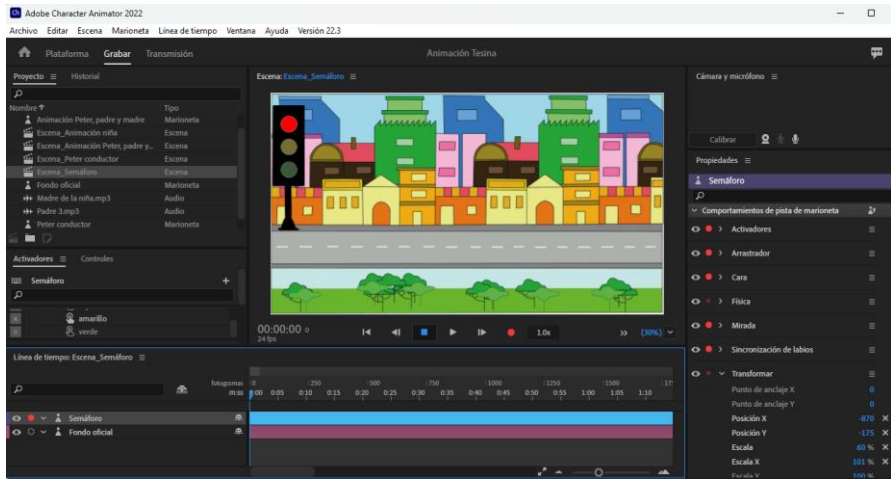
# ANIMACIÓN DE PERSONAJES EN CHARACTER ANIMATOR











### **Conclusiones**

- El proyecto nos ha llevado a una gran investigación, la cual nos permite ampliar el conocimiento y es algo que servirá toda la vida.
- Una campaña de concientización es una iniciativa importante que permite cambiar hábitos y cambiar vidas.
- El proyecto a permitido poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante todo el ciclo de estudio, en cuanto a la ilustración y también el manejo de software como son: Illustrator, Photoshop, Character Animator, entre otros.

### **Recomendaciones**

- Para próximos proyectos se puede recomendar que realizar una campaña de concientización es muy buen tema para investigar, ya que hay mucha información y al mismo tiempo permite aprender mucho.
- También se recomienda continuar con el proyecto, en cuanto a publicar el tríptico, ya sea entregando en las calles como también usando las redes sociales. En cuanto al video se lo puede mostrar en capacitaciones que tengan que ver con el tema ambiental.

## Bibliografía

- De Chihuahua, U. A. (n.d.). *Campañas de concientización*. Universidad Autónoma De Chihuahua. <https://ciberseguridad.uach.mx/recursos/campanias-de-concientizacion/>
- *Campañas de concienciación pública: fomentando la conciencia social*. (n.d.). <https://blog.apcpublicidad.com/campa%C3%B1as-de-concienciacion-publica-fomentando-la-conciencia-social>
- *Digital Repository Technical University of Cotopaxi: Home*. (n.d.). <https://repositorio.utc.edu.ec/>
- Mora, J. (23, abril, 2004) *Adolfo Christlieb Ibarrola, Fundación de Estilos Urbanos y metropolitanos*. [https://paot.org.mx/contenidos/paot\\_docs/pdf/basura\\_df.pdf](https://paot.org.mx/contenidos/paot_docs/pdf/basura_df.pdf)
- Villacís, K. (03, diciembre, 2019) *Ministerio del Ambiente, PNGIDS*. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/5.PROYECTO-PNGIDS.pdf>
- Tourret, A. (2016, March 4). Campaña de concientización. Caso: Comunicación externa de la secretaria de Medioambiente de la Municipalidad de Merlo. <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/11704>
- Pérez, L. (2018. March 14). *CONABIP, Estructura de una campaña de contaminación*. [https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/guia\\_para\\_realizar\\_una\\_campana\\_de\\_concientizacion.pdf](https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/guia_para_realizar_una_campana_de_concientizacion.pdf)
- Flores, A. (2024, February 20). *Por qué es importante no tirar basura en la calle*. Ecosistemas. <https://ecosistemas.win/por-que-es-importante-no-tirar-basura-en-la-calle/>

- Raquel. (2022, April 6). Tirar basura por la ventanilla del coche: peligros y multas. *Renting Finders*. <http://bit.ly/3Z7k7Qq>
- Martínez, C. (2024, April 23). El Poder del Diseño Gráfico en Campañas de Concienciación Social - Mira Multimedia | Innovación en Marketing. *Mira Soluciones Multimedia*. <https://miramultimedia.com/el-poder-del-diseno-grafico-en-campanas-de-concienciacion-social/>
- Llopis, S. (2024, June 20). *El impacto de la ilustración en la conciencia social*. Elarterístico. <https://bit.ly/4fPDjJx>
- Palacios, A. (2019, May 19); *¿Que es la Ilustración digital? Herramientas y técnicas* – XCOLME. (n.d.-b). <https://xcolme.es/ilustracion-digital/>
- Tapia, S. (2012, June 02) *Géneros, Medios y Usos*. (n.d.). <https://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/p/ilustradores-importantes.html>
- Raus, A. (2024, March 17) *Los mejores estilos de ilustración para hacer carrera*. (n.d.). Pixcap. <https://pixcap.com/es/blog/estilos-de-ilustracion>
- Zayed, S. (2014, June 23) *Introducción a la tipografía*. *Faster Capital*. <https://fastercapital.com/es/tema/introducci%C3%B3n-a-la-tipograf%C3%ADa-y-su-importancia-en-la-marca.html>
- Moreto, C. (2015, June 09) *La importancia de la tipografía en una campaña publicitaria* | *Tangram Publicidad*. (n.d.). <https://www.tangrapublicidad.es/blog/la-importancia-de-la-tipografia-en-una-campana-publicitaria/>
- Mora, L. (2017, July 13) *La importancia de la tipografía en una campaña publicitaria* | *Tangram Publicidad*. (n.d.). <https://www.tangrapublicidad.es/blog/la-importancia-de-la-tipografia-en-una-campana-publicitaria/>

- Tecnico\_Uzink. (2024b, April 12). *La Psicología del Color: Potenciando tu Identidad de Marca* | Uzink. The Value Company. Uzink. The Value Company. <https://uzink.es/la-psicologia-del-color-potenciando-tu-identidad-de-marca/>
- *Paleta de colores verdes Esquema de decoración de guía de muestras Vector* | Vector Premium. (2023, September 28). Freepik. <https://bit.ly/3ZxlbyD>
- Kharwad, M. (2023, May 25) shutterstock.com/es/image-illustration/abstract-black-color-palette-set-vector. <https://bit.ly/4gbYBRA>
- Laus, Z. (2023, September 03) *Paleta de color marrón tonos, códigos y combinaciones*. <https://paletadecolores.online/marron/>
- Sahbir, A. I. (n.d.). *paleta de color blanco roto*. Vecteezy. <https://es.vecteezy.com/artes-vectorial/15601593-paleta-de-color-blanco-roto>
- Admin. (2022, December 21). Significado del color blanco | LiderLogo: Agencia de diseño. *Liderlogo Agencia de Diseño y Marketing*. <https://bit.ly/4irRkyQ>
- Hodgon, L. (2022, May 08) *Estrategias visuales para mejorar la comunicación, cátedra autismo*. <https://www.catedraautismeudg.com/professionals/tinc-un-nen-amb-autisme-a-laula/estrategies-visuals.pdf>
- Qué es un brief, para qué sirve y qué tipos existen. (2024, February 28). Asana. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-brief#para-que>
- Martins, J. (2024, February 5). Briefing: qué es y cómo hacerlo en 5 pasos con un ejemplo [2024] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/project-brief>
- Simonet, A. (n.d.). Qué es un moodboard, de qué sirve y cómo se hace. *Anna & Co*. <https://annaand.co/post/que-es-un-moodboard-de-que-sirve-como-se-hace>

- *El cambio climático "Una realidad."* (2011). Ecobook, Librería De

Economía. <https://www.ecobook.com/libros/el-cambio-climatico-una-realidad/9788492819423/>

- Pantoja, L. (2014, December 17). *Cómo la psicología de los colores actúa en las campañas de e-mailmarketing?* (n.d.).

<https://www.emailmanager.com/es/blog/1/1875/como-la-psicologia-de-los-colores-actua-en-las-campanas-de-email-marketing.html>

- Donev, N. (2023, July 20). Por qué amamos el verde: cómo la naturaleza afecta nuestra psicología. *Designer Plants USA*. <https://bit.ly/4f8FczR>

- De Oca, S. R. M. (2021, February 27). El azul en la naturaleza. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/algarabia/el-azul-en-la-naturaleza/>

- Pérez-Chirinos, V. (2024, May 7). Color negro: significado en psicología del color más oscuro y misterioso. *Cuerpamente*. [https://www.cuerpamente.com/psicologia/color-negro-significado\\_12402](https://www.cuerpamente.com/psicologia/color-negro-significado_12402)

- Macías, L. (2022, June 1) *El marrón, color de la tierra por excelencia*. (n.d.). <https://bit.ly/49rVJxw>