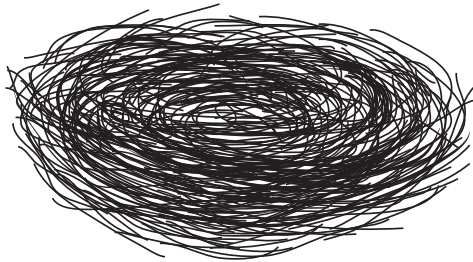




EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Materia Integradora

REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES



CAMPAÑA COMUNICACIONAL

LICOM

**Licenciatura en Comunicación
Social**

BRIEF

Tema:

Campaña comunicacional sobre los efectos de la Marea Roja en: Salinas, Santa Elena, Ayangue y Playas

Autores:

Jefferson Stalyn Mero Aguilar
Nelson Israel Usca Plaza

Año 2017

Firma del Profesor

.....

RESUMEN

El trabajo planteado para la materia integradora, tuvo como objetivo divulgar las causas, riesgos y consecuencias de Mareas Rojas. Por este motivo, se implementó una campaña comunicacional para evitar la pesca de moluscos bivalvos durante estos fenómenos naturales.

Se identificaron a los actores locales de los gobiernos seccionales, los subcentros de salud, productores, pescadores y turistas. Para este público objetivo se desarrollaron 2 videos informativos, así como 8 afiches, 2 trípticos y 2 banners.

La realización de esta campaña se preparó con base a una serie de investigaciones científicas acerca de las Mareas Rojas. Se midió también el impacto de planes comunicacionales en otros países para identificar la forma eficaz de llegar a la comunidad.

Otras fuentes de información fueron: entrevistas y múltiples viajes al Litoral Ecuatoriano para recolectar las grabaciones necesarias. A partir de la información dada, se llega a la conclusión de que los pescadores y los habitantes de las comunidades costeras desconocen los riesgos de las Mareas Rojas.

La mayor parte de información sobre el tema se maneja en lenguaje técnico, por lo tanto, resulta inaccesible para la comunidad. Por tal motivo se recomienda la implementación de la campaña propuesta. De esta manera se logrará cumplir con el objetivo dado: divulgar las causas, riesgos y consecuencias de las Mareas Rojas en comunidades costeras.

Contenido:

INTRODUCCIÓN	
-Introducción al tema, audiencia, duración, storyline	6
OBJETIVO GENERAL	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
MARCO TEÓRICO:	
Investigación primaria, equipo de producción, target, canales de difusión, presupuestos, etc.	12
METODOLOGÍA	
Procesos de producción pre-pro-post	18
ACTIVIDADES/CRONOGRAMA DEL PROYECTO	22
Flujo de trabajo, cronograma.	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS	26

Introducción





En las costas del Ecuador, durante época de invierno, aparece un fenómeno natural llamada Marea Roja. Consiste en la acumulación de microalgas productoras de toxinas que los moluscos bivalvos almacenan en su interior. Cuando el ser humano consume estos productos, resulta contraproducente en su salud.

Según cifras del Banco Central del Ecuador, entre enero y junio del 2017, el turismo generó ingresos económicos por 773.2 millones de dólares a nivel nacional. Dada la importancia de este sector, es necesario analizar las posibles amenazas que podrían afectarlo como la acumulación de estas algas que genera un color rojizo, verdoso u ocre en el agua.

Debido al riesgo que ésto supone, la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol) y el Instituto Oceanográfico de la Armada (Inocar) han trabajado en conjunto para desarrollar investigaciones al respecto.

A través de la materia integradora, se nos fue asignada la tarea de desarrollar un plan comunicacional que sirviera para prevenir y alertar sobre los riesgos de este fenómeno natural, aunque la campaña esté orientado a lugares específicos como:

- Playas
- Salinas
- Santa Elena
- Ayangué

Las Mareas Rojas son consideradas nocivas en zonas turísticas y pueden crear pánico innecesario, si no están bien informados. Entre los impactos que se evidencian están la pérdida de transparencia en las playas por la producción de espuma, presencia de peces muertos, mal olor y mucílago (sustancia viscosa vegetal) en la zona de oleaje. Al entrar en contacto con floraciones de *Microcystis Aeruginosa* (tipo de alga), las personas pueden tener irritaciones en la piel, molestias gastrointestinales al ingerir el agua.

Algunos dinoflagelados son productores de poderosas toxinas, su floración algal pueden causar impactos en todos los compartimientos tróficos de la red alimenticia, alterando la estructura y funcionamiento del ecosistema marino. Por tal motivo, se ve afectada la esperanza de vida de peces. Los “blooms” no tóxicos por efecto de alta biomasa pueden sofocar a los peces por el taponamiento o irritación de branquias y no tienen suficiente oxígeno provocando su mortalidad.

El modelo conceptual ilustra la ruta del impacto de estas toxinas en los compartimientos tróficos. Las toxinas (dinoflagelados) y patologías se ubican en dos grupos: las ictiotoxinas que ejercen su acción nociva hacia animales de sangre fría. Estas acciones son causantes de trastornos y muertes (animales homeotermos).

Además del efecto nocivo como taponamiento de branquias, y exceso de metabolitos externos producidos por putrefacción de las algas. Éstos pueden experimentar una mayor mortalidades por las toxinas algales, cuyos impactos crónicos pueden afectar la estructura y función del ecosistema.

En la clase Raphidophyceae se han identificado cerca de 20 especies siendo la mayoría nocivas para peces, ya que dañan el epitelio de sus branquias produciéndoles la muerte. Se han reportado episodios que han provocado inmensas pérdidas económicas en Japón, en Sudamérica y otras partes del mundo. En Ecuador, se han registrado dos eventos causados por *Chattonella*, en enero de 1990 en el canal Jambelí y en enero de 2007 en el río Guayas, pero sus impactos no han sido cuantificados.

Los camarones son perjudicados por estas algas (solamente en grandes cantidades); pueden causar branquias negras (o enteritis hemolítica), obstrucción en los sistemas de filtración o respiración y agotamiento de oxígeno en las noches. Algunas especies de algas pueden producir sustancias nocivas que perjudican a los organismos marinos.

La exposición crónica a las toxinas, puede provocar en los organismos cultivados efectos letales o sub-letales, conduciendo a anormalidades alimenticios, disfunciones fisiológicas, reducción de tallas, crecimiento y reproducción, efectos patológicos y mortalidad.

Los camarones son perjudicados por estas algas (solamente en grandes cantidades); pueden causar branquias negras (o enteritis hemolítica), obstrucción en los sistemas de filtración o respiración y agotamiento de oxígeno en las noches. Algunas especies de algas pueden producir sustancias nocivas que perjudican a los organismos marinos.

La exposición crónica a las toxinas, puede provocar en los organismos cultivados efectos letales o sub-letales, conduciendo a anomalías alimenticias, disfunciones fisiológicas, reducción de tallas, crecimiento y reproducción, efectos patológicos y mortalidad.

Objetivos





Objetivo general:

Generar en los habitantes de las comunidades costeras del Litoral Ecuatoriano, así como en los turistas que visitan estas poblaciones, una cultura de conocimiento sobre las Mareas Rojas, mediante la implementación de una campaña informativa sobre sus efectos en la salud humana y en la economía local, para prevenir cuadros de intoxicación e incluso muertes por ingesta de mariscos infectados con biotoxinas de algas nocivas.

Objetivos específicos:

- Analizar, a través de encuestas, cuánto saben los habitantes de las comunidades costeras sobre las Mareas Rojas, para identificar las falencias en su conocimiento sobre este tema.
- Componer una campaña informativa que -por medio de material gráfico, cuñas radiales y spots televisivos- eduque a los habitantes de las comunidades costeras y a los turistas sobre las causas de las Mareas Rojas y sus efectos en la salud humana y economía local, para prevenir intoxicaciones y muertes por ingesta de mariscos infectados con biotoxinas.
- Registrar la eficacia de la campaña mediante mediciones cuantitativas y cualitativas para identificar aspectos u acciones que pueden mejorarse en caso de reutilizarla en un futuro y para establecer datos que sirvan en el diseño de iniciativas similares.

Marco teórico





Mareas Rojas

Las Mareas Rojas son una explosión demográfica de varios tipos de microalgas marinas. Estos eventos ocurren naturalmente en océanos, ríos y lagos y su recurrencia, así como su intensidad y duración en las costas de todos los continentes. En los últimos años han aumentados estos fenómenos naturales. (Ministerio de Salud del Gobierno de Chile, 2009)

Entre los factores que favorecen la producción de Mareas Rojas, se pueden mencionar varios aspectos como la temperatura superficial del mar, el nivel de salinidad del agua, el viento, la radiación solar. Estos factores antropogénicos como la urbanización de cultivos aumentan la cantidad de nutrientes en el agua debido a los fertilizantes y a las descargas de aguas servidas. (Mercy Borbor, 2017)

La presencia de Mareas Rojas causan la asfixia de peces, muerte de camarones y la contaminación de moluscos bivalvos como conchas, ostiones y mejillones. Estos, al ingerir las microalgas, se convertirían en portadores asintomáticos de las toxinas presentes en las Mareas Rojas.

Siguiendo la cadena de captura y comercialización, estos productos serían capturados por pescadores, vendidos a comerciantes, restaurantes y personas en general. Por lo que llegarán en algún momento a la mesa de un comensal en forma de platos ceviche, arroz marineró, entre otros.

Como las toxinas ingeridas provenientes de las Mareas Rojas no se eliminan mediante la cocción al fuego o curtiendo el producto con limón. Estas provocarían a los comensales trastornos médicos como el envenenamiento diarreico, el envenenamiento amnésico e incluso la muerte. (Comisión de Salud de la Unión de Estados Mexicanos, 2004)

En Ecuador, según registros de Instituto Oceanográfico de la Armada, INOCAR, las Mareas Rojas se han presentado en las costas del país por más de dos décadas, mayormente en el Golfo de Guayaquil durante épocas de lluvias. (Mercy Borbor, 2017)

Publicidad Social / Campaña de Comunicación

En comunidades de la costa ecuatoriana: Ayangue y San Pedro, los pescadores pueden conversar largamente sobre las Mareas Rojas. Las identifican como aguas frías y éstas no afectan a todas las especies marinas, pero siempre podrán pescar otros tipos de mariscos. Es decir, pescan, venden y comen durante Mareas Rojas.

Ante esta realidad van los objetivos de concienciación a los pescadores, así como a los demás actores locales de las comunidades costeras. Por lo que se decidió implementar un plan comunicacional sobre las causas y posibles consecuencias de las Mareas Rojas en la economía, producción, turismo y salud de las comunidades costeras.

Con este propósito se generó afiches y spots audiovisuales que informen y eduquen de manera preventiva, ya que según las prácticas de la publicidad social, este enfoque de informar y educar- persuade y disuadir. Es decir, proveer información que ayude a las personas a concienciar sobre hábitos o situaciones y las convence de cambiar o corregir comportamientos o problemas. (Orozco, 2010)

Equipo de producción

- 1 Tarjeta de memoria Sony clase 10 U1 32 gb
- 3 Tarjeta de memoria Sony clase 10 U1 16 gb.
- 2 micrófonos corbateros VidPro
- 1 Tascam Dr-05
- 2 reflectores alógenos de 500w
- 1 led de 30w
- Trípode Manfrotto
- Trípode Sonny
- Computadora Intel Core i6



- **Canon 70D**

- **Canon T5i**



- **Nikon D5500**



Equipo humano

Dirección y producción

Jefferson Mero e Israel Usca

Sonido

Carlos Figueroa

Cámara

Jefferson Mero, Carlos Figueroa e Israel Usca

Edición y Post producción

Carlos Figueroa

Guion

Jefferson Mero e Israel Usca

Diseño de artes

Jefferson Mero, Carlos Figueroa e Israel Usca

Investigación

Jefferson Mero, Carlos Figueroa e Israel Usca

Evidencias de trabajo en grupo



Carlos Figueroa en edición y animación.



Jefferson Mero en manejo de cámara.



Israel Usca en manejo de cámara.



Jefferson Mero en la entrevista con la bióloga Mercy Borbor.

Target

La campaña comunicacional sobre los efectos de la Marea Roja están dirigidos hacia los siguientes balnearios:

- Ayangue
- Playas
- Salinas
- Santa Elena

Dado que el grupo objetivo era muy amplio, se decidió dividir los actores vulnerables:

- Especialistas de salud
- Autoridades locales
- Pescadores y comerciantes
- Turistas, camaroneras y restaurantes

Canales de difusión

Afiches publicitarios:

Cartelera de casas comunales, gobiernos locales, hospitales y espacios públicos de las comunidades de la costa ecuatoriana.

Trípticos:

Entrega directa durante charlas con los actores locales de las comunidades de la costa ecuatoriana.

Videos:

Redes sociales, plataformas en internet y exhibición en casas comunales, hospitales y los gobiernos locales de la costa ecuatoriana.

Presupuesto

Desglose	Cantidad	Precio/Día	Día	Subtotal
Preproducción				
Investigación		\$ 1,25	12	\$ 15
Guión	1			
Producción				
Productor	1	\$ 25	52	\$ 1.300,00
Director	1	\$ 25	52	\$ 1.300,00
Asistente de Director	1	\$ 12	35	\$ 420,00
Camarógrafo	2	\$ 20	24	\$ 480,00
Asistente de cámara	1	\$ 10	24	\$ 240,00
Viáticos	4	\$ 15	24	\$ 360,00
Equipos				
Cámaras	3	\$ 800	52	\$ 2.400,00
Alquiler de Luces	3	\$ 600	12	\$ 600,00
Trípodes	3	\$ 150	12	\$ 450,00
PostProducción				
Editor	1	\$ 60	5	\$ 300,00
Licencia CC	4	\$ 20	5	\$ 80,00
Animación 2D	1	\$ 50	5	\$ 250,00
Musicalización	1	\$ 50	3	\$ 150,00
Locución	2	\$ 100	1	\$ 200,00
Total				
Tabla 1. Presupuesto				\$ 8.545,00





Debido al riesgo que ésto supone, la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol) y el Instituto Oceanográfico de la Armada (Inocar) trabajaron juntos. Se desarrolló multiples investigaciones sobre el tema para generar una campaña comunicacional y prevenirse sobre los riesgos que supone la Marea Roja.

La campaña comunicacional se dividió en dos partes: artes gráficas y videos informativos. Para que exista un orden en el trabajo del proyecto, se dividió el trabajo entre el grupo de la integradora compuesta por: 2 comunicadores sociales y un productor audiovisual.

Los estudiantes de comunicación social se encargaron de la investigación documental, la recolección de entrevistas, artes gráficas, producción, grabar tomas de paso, la colorización y presentación de la documentación del proyecto. El estudiante de producción audiovisual se encargó de la limpieza de audios, realización de animaciones audiovisuales para que complementen las entrevistas, la edición, y post producción.

Se cumplió con la entrega de las siguientes piezas: banners, afiches, trípticos y videos para la respectiva difusión de la campaña que estaba dividida para los siguientes actores:

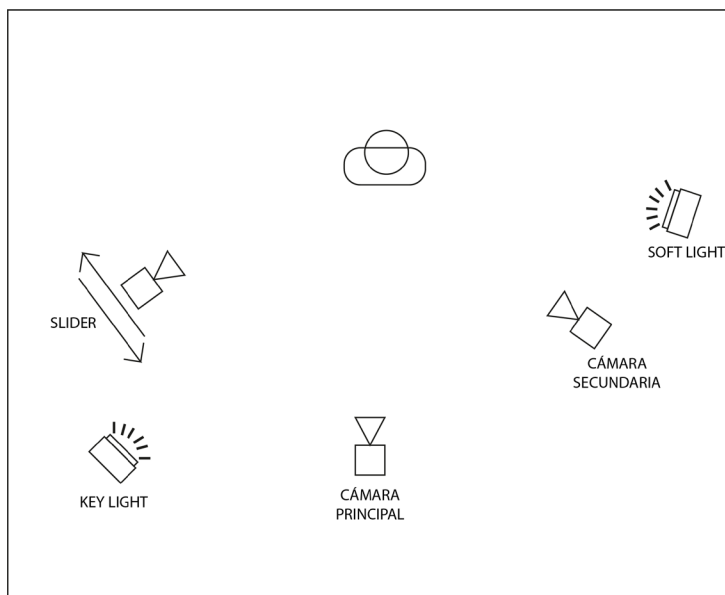
Actores	Falencias	Trabajos
Autoridades Locales (GAD, INOCAR, Autoridades de Pesca)	<ul style="list-style-type: none">- Presentar las iniciativas de prevención.- Efectos de la Marea Roja en la salud.- Impacto de la Marea Roja en la economía.- Causas de la Marea Roja.- Zonas afectadas.	<ul style="list-style-type: none">• Banners• Afiches• Trípticos• Videos• Se sugiere reunión
Personal de salud	<ul style="list-style-type: none">- Causas de la Marea Roja.- Síntomas de la Marea Roja.- Diagnósticos.	<ul style="list-style-type: none">• Trípticos• Se sugiere reunión
Pescadores y comerciantes	<ul style="list-style-type: none">- Causas de la Marea Roja.- Efectos negativos en la sanidad.	<ul style="list-style-type: none">• Afiches• Videos• Se sugiere reunión
Turistas, camaroneras y restaurantes	<ul style="list-style-type: none">- Causas de la Marea Roja.- Efectos de la Marea Roja en la salud.	<ul style="list-style-type: none">• Afiches• Se sugiere reunión

Para cumplir con las piezas gráficas, primero se sintetizó la información recabada y se usó un lenguaje sencillo para interpretar el lenguaje técnico sobre los efectos de la Marea Roja. También se realizó una investigación para medir el impacto en cada sector según la psicología del color, y la diagramación que mejor interpretan los actores de la campaña.

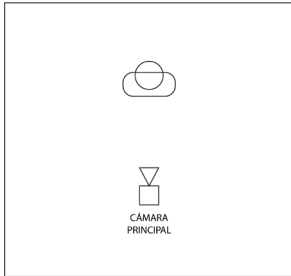
Planimetría

Para la producción de este reportaje audiovisual se la realizó tomando en cuenta escenarios como la Escuela Superior Politécnica del Litoral, mercado de la ciudad General Villamil Playas y playa de Ayangué en la Parroquia Colonche. Las diferentes locaciones sirvieron para obtener las tomas de paso, entrevistas, e investigación que sirvieron para el montaje de la información en la edición final de este producto audiovisual.

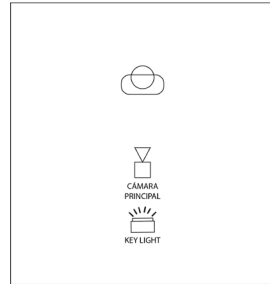
Entrevista con la investigadora Mercy Borbor



Entrevista con pescador de la comuna Ayungue



Entrevista con la investigadora Gladis Torres



Ilustraciones Realizadas



UN APOORTE DE   ESPOL

Actividades y cronograma





Para la realización la campaña comunicacional, se pidió la investigación documental que la Espol había recabado sobre el tema, también tuvimos que realizar entrevistas de campo para complementar la información y tener testimonios sobre los afectados. Los datos, sin la huella palpable de los testimonios y los registros videográficos de los efectos, no llegan al espectador, por tal motivo, decidimos sectorizar los grupos de trabajo para que el mensaje llegue de forma eficaz de acuerdo al destinatario.

El proceso de investigación inició el 20 de octubre, donde tuvimos el primer acercamiento con la investigadora de la Espol, Mercy Borbor y el profesor Ronald Villafuerte, tutor de la materia integradora. En esa reunión se concretó el trabajo que se debía realizar para la campaña de acuerdo a las necesidades que nos pidieron reforzar. En primera instancia cumpliríamos con la elaboración de: banners, afiches, trípticos, videos y fichas radiales, sin embargo quitamos las fichas radiales por los costos que implica la difusión.

Desde ese lapso de tiempo, comenzamos a trabajar en las artes gráficas; las que dividimos para trabajarlas por actores:

- Especialistas de salud
- Autoridades locales
- Pescadores y comerciantes
- Turistas, camaroneras y restaurantes

El 13 de diciembre, el profesor Ronald Villafuerte se ofreció a ayudarnos en la fotografía del proyecto. Viajamos con él hasta General Villamil Playas para tomar las respectivas fotos que necesitábamos para continuar con las artes gráficas.

La investigadora Mercy Borbor hizo el contacto con Inocar para obtener una de las entrevistas de recolección de datos el 16 de enero. La segunda entrevista que tuvimos fue el 17 de enero donde pudimos obtener los videos de nuestra fuente oficial, Mercy Borbor.

Los últimos días de grabaciones, fueron el 27 y 28 de enero en las playas de Ayangue, pudimos recolectar las tomas depaso necesarias para culminar los videos de la campaña. A parte de las tomas de paso también pudimos obtener entrevistas con 2 pescadores.

Dentro del cronograma que habíamos pactado con nuestro tutor constaba que tendríamos las artes para el 27 de diciembre y los videos para el 17 de enero. Sin embargo, las artes estuvieron listas para la fecha de los videos y los videos, por problemas de logística con la investigadora Mercy, se retrazó la fecha de entrega al 5 de febrero donde estuvo uno de los dos videos.

El proceso de producción y post producción se realizó de acuerdo al guion presentado al tutor del proyecto y a la investigadora de Espol. Una vez lograda una estructura uniforme entre la información que se brindaba y las imágenes mostradas, se dio paso a la colocación de la musicalización correcta. Los videos también necesitaron locuciones que irían como voz en off que tuvieron que ser colocadas en el video a más de la corrección de color y las animaciones en Affter Effect.

Este proyecto integrador hace una recopilación holística de todas las técnicas aprendidas en los 5 años de estudio fijados dentro de la malla curricular de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social.



Conclusiones y recomendaciones

Se confirmó que los habitantes y pescadores de las comunidades costeras de Salinas, Santa Elena, Playas y Ayangue, desconocen los riesgos de pescar y consumir moluscos bivalvos durante las Mareas Rojas.

Se identificó expertos e investigaciones científicas sobre Las Mareas Rojas, pero estas presentan la información solo en lenguaje técnico.

Se verificó la predisposición de académicos e investigadores a colaborar en campañas de concienciación sobre los riesgos de pescar y consumir moluscos bivalvos durante las mareas Rojas.

Se constató la necesidad de implementar en las comunidades costeras de Salinas, Santa Elena, Playas y Ayangue en campañas de información para la concienciación sobre los riesgos de pescar y consumir moluscos bivalvos en tiempos de las mareas rojas.

Con base en esto:

Se recomienda evaluar:

-Impacto de la presente campaña de comunicación sobre los riesgos de pescar y consumir moluscos bivalvos durante las mareas Rojas.

-Elaborar un cronograma de producción con varias semanas de anticipación para que la realización no retrase su lanzamiento.

-Mantener contacto con académicos e investigadores para contar con asesoría especializada durante el desarrollo de la campaña de comunicación.

-Elaborar cronograma de difusión para los productos gráficos y audiovisuales que se desarrollen durante la campaña.

-Buscar el apoyo de autoridades y actores locales de las comunidades costeras para la implementación de la campaña de comunicación.



Latinobarómetro. (16 de Abril de 2014). Religiones en tiempos del Papa Francisco. Obtenido de <http://www.latinobarometro.org/>: <http://www.latinobarometro.org/latNewsShow.jsp?Idioma=724&ID=135>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (23 de junio de 2010). Ecuador en Cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

Ministerio de Salud del Gobierno de Chile. (2009). Programa Nacional de Prevención y Control de las Intoxicaciones. Ministerio de Salud.

Mercy Borbor, B. (2017). Las Mareas Rojas y la salud de los ecosistemas costero. Focus, 10.

Comisión de Salud de la Unión de Estados Mexicanos. (2004). PLAN DE COMUNICACIÓN DE RIESGOS PROLIFERACIÓN DE ALGAS NOCIVAS (FAN). Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

Orozco, J. A. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social. Obtenido de Proquest: <https://search.proquest.com/docview/866294047?pq-origsite=gscholar>

