



Campaña Educativa
POR EL CUIDADO DEL AGUA


**UNIVERSIDAD
MAYOR**
Universidad Mayor
Facultad de Comunicación y Diseño
Carrera Diseño Gráfico
Santiago de Chile, 2009



Proyecto de Título
Campaña Educativa POR EL CUIDADO DEL AGUA



Yasna Barahona
Cristina Felmer

SOLO USO ACADÉMICO

AGRADECIMIENTOS

Un año de trabajo y esfuerzos, un año de estudio y aprendizaje, un año compartiendo tras nuestro objetivo común, que gracias a nuestro apoyo incondicional de compañerismo y amistad tuvimos reconfortantes resultados que se vieron reflejados en nuestro crecimiento personal y profesional.

Desde ya agradecemos a quienes nos impulsaron desde un inicio, a Eduardo Castillo y Mariana Muñoz quienes confiaron en nuestra capacidad e idea principal. Junto a ellos Rodrigo Montero quien estuvo a lo largo de todo nuestro proyecto que con su absoluto apoyo y entrega nos guió siempre positivamente.

Rodrigo Montero y Roberto Osses formaron parte de nuestros profesores titulares, de quienes sentimos un real compromiso y satisfacción en todo el proceso. Estamos muy agradecidas y conformes con su incondicional ayuda y confianza en nuestras metas y desafíos. No podemos dejar de lado a un talentoso compañero, Paul Escobar, que con sus aptitudes nos aportó en una de las etapas de nuestro proyecto.

Agradecemos a todas aquellas personas que se vieron involucradas en el desarrollo e hicieron posible la realización del proyecto.

A lo largo de toda mi carrera un grupo de personas fueron muy importantes para mi desarrollo personal y profesional. Me guiaron siempre por el mejor camino para lograr mis metas y desafíos.

Gabriel, como olvidar las noches en vela ambos trabajando para taller, a veces peleando y muchas apoyándonos. Tratando de sacarnos de encima al Patito (en ese entonces), que nos hizo pasar rabias y muchas alegrías. Pato gracias por los infinitos favores.

Papitos míos, siempre estuvieron conmigo cuando más lo necesité, cuando requería un empujoncito y ánimos para continuar, entregándome cariño y mucho amor en todo momento. Gracias por darnos a mi y a mis hermanos un apoyo incondicional, por darnos la oportunidad de estudiar lo que realmente quisimos y de ayudarnos a crecer como persona y como profesional.

Otra persona muy importante es mi pololo Jose Antonio, quien con mucho amor me apoyó en todo momento. Siempre confió en mis capacidades y me enseñó a confiar más en mi misma. Jose gracias por tanto cariño y paciencia.

Cristina Felmer Plominsky

Yas y Cris

Mi familia a lo largo de mi carrera fue un pilar fundamental y me siento inmensamente agradecida de cada uno de ellos:

Mi madre Nelly Quiroga, gracias Mamá por tu incondicional apoyo. Me entregaste toda la fuerza, valores y enseñanza necesaria para seguir adelante. Gracias por todas esas tasas de café, que junto a largas noches en las que me acompañaste, hoy reflejan sus resultados

Mi tío Carlos Quiroga, tío me siento inmensamente agradecida de su gentil ayuda al poder terminar tranquilamente mis estudios, gracias a su constante apoyo logré finalizar una importante etapa en mi vida.

Mi hermano Erick Barahona, Hermano querido gracias por todos esos sabios consejos que me entregaste y por demostrarme tu leal orgullo hacia lo que hago. Eres un ejemplo para mi de trabajo y esfuerzo.

Mi novio, Manuel Chacón, Gracias amor por motivarme día a día, fuiste mi impulsor principal a emprender este camino, ya que viste en mi habilidades que yo no descubría. Hoy me siento feliz de poder complementarnos profesionalmente y seguir una nueva etapa juntos.

Hoy termina una linda etapa de mi vida, pero comienza una aun mejor, muchas gracias a todos lo que me acompañaron en este lindo camino.

Yasna Barahona Quiroga

Agua

Agua que despeinas ideas anticuadas, que acaricias en momentos de dolor,
agua que mojas mis dudas, que transpiras mi ilusión
Agua que refrescas ideologías,
cual sinovia que aceitas rebeldía, nutre y alimentas mi cordura, das de beber a mi alegría
Agua, sirga que atrapas deseos, red que expulsas intrigas,
que goteas mi esperanza, espaldar de mis días
Escumes como el amor eterno; sinuosa, elegante y verdadera
tan serena y en mí, misteriosa eres, tan solo pasajera

C.A.S



ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS _____ 5

INTRODUCCIÓN _____ 11

MARCO TEÓRICO, antecedentes de la investigación__ 14

CAPÍTULO 1 EL AGUA

1.0 ¿Qué es el agua? _____ 16

1. Origen del agua de los océanos

2. Propiedades físicas y básicas del agua

3. El ciclo del agua

4. Significado mitológico y simbólico del agua

5. Cultura y religión

6. Terapias y sanaciones a través del agua

1.1 Importancia del agua en las grandes civilizaciones _____ 20

1. Ríos

2. Lagos

3. Recursos de ríos y lagos

1.2 Distribución del agua en el mundo _____ 23

1. Importancia y distribución

2. Disponibilidad natural de las aguas

1.3 Los usos del agua en Chile _____ 25

1. Poseedores del agua en Chile

1.4 La contaminación de las aguas _____ 27

1. Contaminación de aguas superficiales

1.5 Factores que afectan a la escasez de agua _____ 28

1.6 Situación futura del agua _____ 29

1.7 Situación de la región Metropolitana _____ 30

1. Calidad de los recursos hídricos

CAPÍTULO 2 EL AGUA EN EL CURRÍCULO EDUCACIONAL DE CHILE

2.0 Objetivos Fundamentales y Transversales en el ajuste curricular _____ 32

2.1 Tipos de educación en Chile _____ 35

1. Educación municipal

2. Educación particular subvencionada

3. Educación privada

2.2 Leyes de la educación _____ 36

1. Loce

2. Lge

2.3 Grupos socioeconómicos _____ 37

2.4 Teorías de aprendizaje _____ 38

1. Teoría de Vygotsky

2. Teoría de Piaget

2.5 Comportamientos, códigos y soportes comunicacionales de los niños y adolescentes del siglo XXI _____ 40

1. Comportamientos virtuales

2. Tribus urbanas

2.6 El humor como herramienta de aprendizaje _____ 44

EL PROYECTO, análisis del diseño, teórico y formal _____ 46

CAPÍTULO 3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.0 Presentación del problema _____ 48

3.1 Objetivos de proyecto _____ 49

1. Difundir información interactiva

2. El Diseño como herramienta de servicio

3.2 Justificación del usuario _____ 50

1. Análisis de comportamientos de nuestro G. O.

2. Características psicológicas del grupo objetivo

3.3 Referentes _____ 53

1. Campañas

2. Campañas protagonizadas por personajes

3. Campañas por medio de impresos

4. Intervenciones gráficas

5. Campañas visuales

6. Campañas itinerantes

CAPÍTULO 4 FUNDAMENTOS DEL PROYECTO DE DISEÑO

4.0 ¿Por qué el agua? _____ 57

4.1 ¿Por qué los baños? _____ 58

4.2 Lugar de aplicación _____ 59

4.3 ¿Por qué la solución del formato? _____ 60

4.4 Campaña - uso de personaje _____ 61

4.5 Arquetipos _____ 62

1. Bart Simpsons de “Los Simpsons”

2. Timmy Turner de “Los Padrinos Mágicos”

3. B.O.B. de “Monsters v/s Aliens”

4. Gogos

4.6 Estrategia comunicacional _____ 64

CAPÍTULO 5 DESARROLLO DEL PROYECTO

5.0 Primer acercamiento del tema _____ 67

1. Presentación del tema

2. Primera propuesta

3. Bocetos de la primera propuesta

5.1 Aplicación de la primera propuesta _____ 70

1. Infografía tubería

2. Peinados tribus urbanas

3. Registro audiovisual

5.2 Segunda propuesta de diseño _____ 73

1. Desarrollo de un personaje

2. Desarrollo de la campaña

5.3 Tercera propuesta de diseño _____ 77

1. Primera aplicación de la 3era propuesta

2. Segunda aplicación de la 3era propuesta

5.4 Cronología del personaje _____ 80

CAPÍTULO 6 DISEÑO DEL PROYECTO

6.0 Situaciones y contextos _____ 83

1. Situación: peces

2. Situación: Flores

3. Situación Piscina

4. Situación fútbol

6.1 Gráfica _____ 89

1. Ilustración y técnica

2. Color

3. Tipografía

4. Composición

6.2 Logo: Imagen de la campaña _____ 93



1. Nombre del personaje	1. Colegio The Kent School
2. Forma	2. Aguas Andinas
3. Color	3. CONAMA
4. Tipografía	4. Greenpeace
	5. Superintendencia de Servicios Sanitarios
6.3 Soportes y piezas _____ 95	7.3 Presentación del proyecto _____ 110
1. Materialidad	
2. Forma	
3. Mecanismo y armado	7.4 Conclusión _____ 111
4. Piezas y aplicación	
6.4 Aplicación real _____ 98	BIBLIOGRAFÍA _____ 112
1. Aplicación en el colegio The Kent School	
2. Resultados de la aplicación	

CAPÍTULO 7 GESTIÓN Y VIABILIDAD

7.0 Plan Estratégico _____ 101
1. Plan de desarrollo
2. Costos del proyecto
7.1 Carta Gantt _____ 105
7.2 Viabilidad del proyecto _____ 106

SOLO USO A

INTRODUCCIÓN

El 70% de nuestro cuerpo está constituido por agua. Más del 60 % de la superficie de la Tierra es agua y convive con nosotros diariamente. Este vital elemento nos permite la preparación de nuestro alimento, posibilita nuestra higiene, riega nuestros campos, facilita nuestra producción, nos permite la creación de energía eléctrica, en fin, justificar la importancia del agua para nuestras vidas. Es un ejercicio extraño, somos gracias al agua. Los antiguos griegos consideraban que el agua era uno de los cuatro elementos básicos del universo. Este principio se mantuvo en el mundo entero, durante siglos sin perder fuerza; hoy, los científicos afirman que el agua existió desde la formación de la tierra y que en los océanos se originó la vida. “...De todas las crisis sociales y naturales que debemos afrontar los seres humanos, la de los recursos hídricos es la que más afecta a nuestra propia supervivencia y a la del planeta”, aseguró Koichiro Matsuura, director general de la UNESCO. Ello se debería, entre otros aspectos, al crecimiento de la población, de la contaminación y el cambio climático. En Chile actualmente el consumo de agua per cápita es 170 litros diarios. La evaluación realizada por los expertos estima que en los últimos cincuenta años se duplicó el consumo de agua en el mundo y se piensa que el abastecimiento se reducirá un tercio en 20 años más. Hoy en día, 31 países se enfrentan a déficit de agua potable, y para el año 2025 se considera que 48 países en-

frentarán el mismo problema, esto afectará al 35% de la población mundial. Chile es un país privilegiado en abundancia de recursos hídricos, y cuenta con una de las mayores reservas mundiales de agua en la zona austral. Sin embargo no escapa a esta inquietud mundial por la disponibilidad del recurso, tanto en el futuro inmediato como en el largo plazo. En nuestro país el agua se distribuye de manera irregular en el territorio debido a la diversidad de climas y geografías. Esta diversidad genera problemas de uso y acceso al agua en las diferentes regiones del país. En las últimas décadas la significativa escasez de lluvias, el aumento de temperatura en el aire y la disminución de nieve acumulada, ha incidido progresivamente en la disponibilidad de agua en nuestro país. Es necesario y urgente generar ahora un cambio en las conductas de cuidado y preservación de este recurso. Ahora bien, generar cambios conductuales profundos en las personas, es difícil. Existe una real falta de conciencia sobre el cuidado de los escasos recursos naturales que se expresa, por ejemplo, en los altos índices de contaminación y, concretamente del uso indiscriminado del recurso hídrico. Es aquí donde hemos establecido nuestro espacio de trabajo. Diseñar una campaña que contribuya al cuidado del agua en un país que, aparentemente, no tiene problemas con el recurso hídrico. Sin embargo, creemos que más temprano que tarde, entraremos en ciclos secos cada vez más permanentes que nos obligarán a enfrentar sequías



con comportamientos acordes a la necesidad. Estudios de psicología demuestran que la etapa en que el ser humano es más propenso a recibir y captar información es en la niñez (6 a 11 años). A través del aprendizaje de acciones concretas los niños comienzan a desarrollar su conciencia y a generar nuevos hábitos que moldearán sus futuros comportamientos. El enseñanza es la vía básica para guiar y educar a los niños y niñas, que se desarrollan principalmente en la etapa de la Educación Escolar. Dentro del sistema educativo chileno existe un sistema curricular que entrega los lineamientos generales que establecen los contenidos y las habilidades básicas que se deben desarrollar en las escuelas y colegios. Dentro de ese complejo sistema existen los llamados “Objetivos Fundamentales y Transversales”, que se relacionan con el ámbito ético-valórico de la educación y que debe estar presente en todo proyecto educativo. El área de las Ciencia Naturales posee como objetivo básico el dar a conocer el mundo, donde los alumnos y alumnas reconocen la diversidad biológica y física de su entorno; aprecia y aplica los conocimientos y procedimientos científicos en la comprensión del medio natural y adquieren una responsabilidad individual y colectiva en la preservación de la vida. Es en este espacio curricular en que se instala nuestro proyecto de diseño. A partir de todos estos conceptos y características definimos que nuestro grupo objetivo son los niños(a) entre 6 y 11 años dentro del sistema educacional.

Una serie de encuestas desarrolladas en este proceso de investigación, tanto dentro como fuera del recinto educacional, nos ayudó a analizar las conductas en el entorno cotidiano que viven los niños y niñas. Un aspecto que se repitió es su permanente búsqueda de entretención, que se ve reflejada en la creación de personajes en video juegos, televisión e Internet, en donde el humor juega un rol fundamental. De esta manera fuimos dando forma a los objetivos de nuestro trabajo, que se relacionan con fomentar el buen uso del agua a través de información interactiva, a la vista de los alumnos y alumnas del recinto escolar. Desde un comienzo nos planteamos como método la aplicación de una serie de encuestas y un diálogo permanente con los niños y niñas de tal forma que, a través de ellos mismos, fuéramos creando las estrategias que nos permitieran dar con los conceptos y las formas de diseño que necesitábamos. Recorrimos diferentes escuelas, sin embargo muchas de estas nos permitían breves tiempos con los alumnos, lo que dificultaba el avance de nuestro trabajo. Gracias al vínculo que existe entre The Kent school y una de nosotras, tuvimos la libertad de aplicar encuestas, observar comportamientos, ubicar y reconocer los diferentes espacios de la infraestructura y hacer pruebas para testear los resultados. Fue así como dimos con diferentes propuestas que finalmente solucionamos a través de la creación de una campaña como soporte.

La campaña es una vía óptima para transmitir el mensaje, ya que permite desarrollar una estrategia comunicacional junto a un amplio abanico de posibilidades. Como base de la campaña decidimos involucrar el uso de un personaje para que el usuario se vea reflejado, generando una cercanía e interactuando a un mismo nivel y lenguaje. Tal personaje nos permite generar situaciones opuestas que logran transmitir el necesario cuidado del recurso hídrico en forma clara, entretenida y concreta. Estas situaciones están presentadas a través de un soporte de acrílico, ya que la transparencia era una propiedad esencial para lograr los resultados esperados, entregándonos durabilidad y seguridad por posibles daños externos. Su composición nos permitió moldear la forma de gota y termoformar su volumen, generando un soporte más didáctico y llamativo para el usuario. La aplicación se realizará en los baños, ya que constituyen el núcleo principal del consumo de agua. Los alumnos y alumnas transitan por él alrededor de 3 veces por día, desarrollando diversas acciones. Las piezas son de carácter itinerante, permitiéndonos mantener una instalación dinámica que puede ser trasladada de un colegio a otro entregándonos un valor agregado al proyecto. Una vez listos los prototipos nos dirigimos donde Miss Adela Tarragó, directora del colegio The Kent School, quien aceptó implementar el proyecto durante un día a modo de prueba.

Para comenzar la aplicación decidimos sumar al proyecto una etapa de breves charlas las cuales nos permitieron introducir la campaña. Para ello se creó un disfraz del personaje Glu, quien junto a un monitor invita a los niños a participar de los prototipos y conocer sobre el cuidado de agua y lo importante que es para nuestro planeta. De esta forma observamos las diferentes reacciones y comportamiento de los niños y niñas que ingresaban a los baños. Los resultados fueron todos muy positivos. Finalmente consideramos que el rol del diseño en una campaña de estas características es muy importante, ya que permite que los contenidos se presenten de forma atractiva e innovadora, facilitando la comprensión del usuario. Pretendemos demostrar que no sólo el Diseño responde a necesidades estéticas sino que es una herramienta eficaz a la hora de generar mejoramientos y cambios en la calidad de vida de las personas.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

SOLO USO

CAPÍTULO 1 EL AGUA

CAPÍTULO 1 EL AGUA

1.0 ¿QUÉ ES EL AGUA?

Agua proviene del latín “aqua”. Es el compuesto formado por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno (H₂O). El término agua se aplica únicamente al estado líquido de este compuesto, es inodora, insípida e incolora, mientras que se asigna el término hielo a su estado sólido y el término vapor de agua a su estado gaseoso. [1]

1. Origen del agua de los océanos

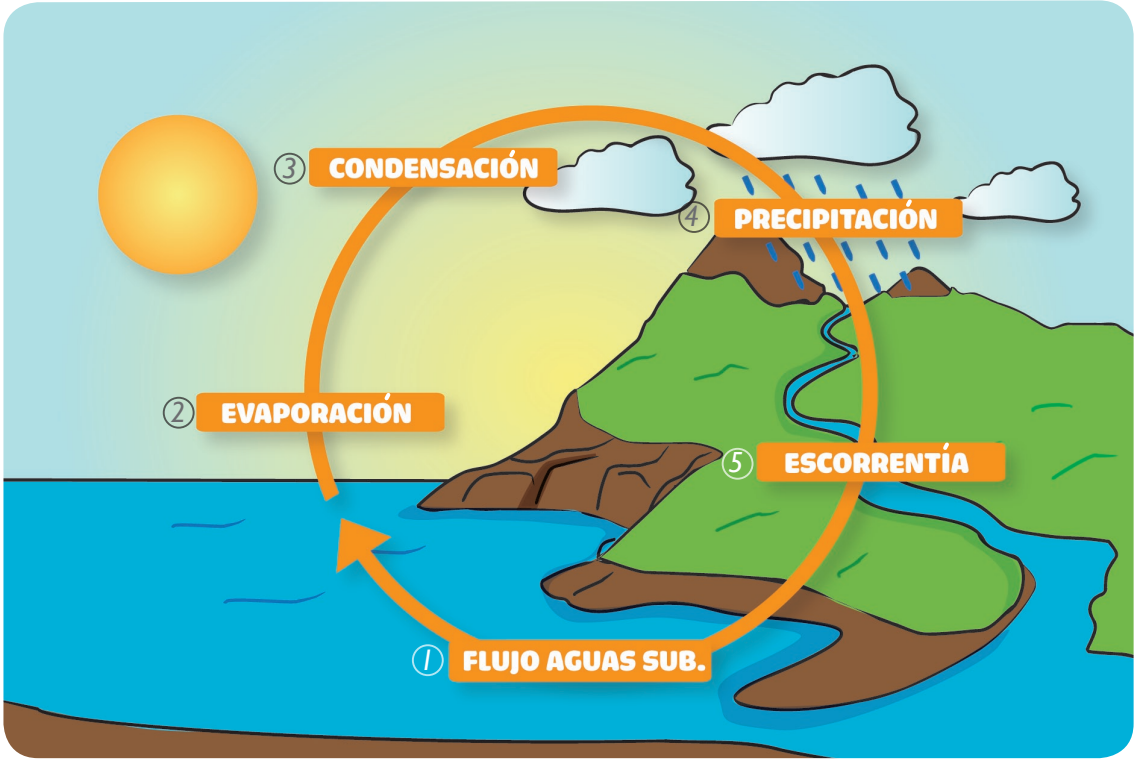
Hace millones de años, cuando la corteza terrestre se solidificó, los vapores y minerales que salían de la tierra a través de los volcanes, precipitaron a la superficie, pero como la tierra estaba aún caliente, volvieron a evaporarse. Con el paso del tiempo la tierra se fue enfriando, lo que permitió que la precipitación se depositara en las depresiones de la corteza, formándose así los Océanos.

2. Propiedades Físicas y Básicas del agua

Es el único compuesto que puede estar en los tres estados (sólido, líquido y gaseoso) a las temperaturas que se dan en la Tierra. Se halla en forma líquida en los mares, ríos, lagos y océanos; en forma sólida, nieve o hielo, en los casquetes polares, en las cumbres de las montañas y en los lugares de la Tierra donde la temperatura es inferior a cero grados Celsius; y en forma gaseosa se encuentra formando parte de la atmósfera terrestre como vapor de agua.

[1] ARMADA DE CHILE
Fecha de visita 25 Marzo 2009
www.directemar.cl/spmaa/Estudiantes/tareas/agua_mar/agua_mar.htm

INFOGRAFÍA
Ciclo del agua
Basada en www.icanito.cl/elagua



3. El ciclo del Agua

El ciclo del agua o ciclo hidrológico se denomina al proceso de circulación del agua por los diferentes niveles de la tierra, es un proceso natural.

① FLUJO DE AGUAS SUBTERRÁNEAS: Nacen de las precipitaciones que se infiltran en el suelo, si la superficie se satura, el exceso de agua se acumula y fluye por arroyos o surcos.

② EVAPORACIÓN: El agua de mares, lagos y ríos es evaporada y llevada a la atmósfera.

③CONDENSACIÓN: El agua evaporada se condensa,

pasa de un estado gaseoso a un estado líquido.

④ PRECIPITACIÓN: El agua cae en forma de lluvia, grani- zo o nieve. Las tierras más elevadas reciben mayor canti- dad de agua que las tierras más bajas, es en la montañas donde nacen la mayoría de los ríos.

⑤ ESCORRENTÍA: El ciclo hidrológico se completa cuan- do el agua fluye por los ríos llegando de vuelta a lagos y mares, para evaporarse nuevamente.

4. Significado mitológico y simbólico del agua

- En los sueños el agua simboliza el estado anímico en que se encuentra la persona, y conociendo las características del sueño se puede llegar a saber qué esta viviendo o vivirá esa persona.
- Existe un signo en el horóscopo que se relaciona directamente con el agua, es Acuario. La característica del Acuario es que “comparte su agua con todos los que tienen sed”, en otras palabras son generosas con el don otorgado hacia las demás personas.
- En la Biblia el agua simboliza fecundidad y vida en el sentido espiritual. También como símbolo de eternidad, pero a la vez puede tener un carácter negativo, ya que se relaciona con el diluvio de forma destructora.

5. Cultura y Religión

En el Cristianismo, el Islam y el Judaísmo el agua se considera como purificador, como por ejemplo el Bautizo en el Cristianismo se realiza con “agua bendita”. En otras religiones se celebra a los muertos a través de un ritual con agua pura. Sulis es la diosa local del agua en la mitología Celta, como Ganga en la cultura Hindú. En la mitología Griega, Poseidón como dios del mar, un importante poder en el Olimpo. En la cultura China en el Ying y el Yang se representan 5 elementos dentro de los cuales está el agua (agua, madera, fuego, tierra y metal).

6. Terapias y sanaciones a través del agua

Desde la antigüedad el agua se ha utilizado para curas de muchas enfermedades mentales y físicas, desde ahí que en hospitales psiquiátricos se han hechos sanaciones de baños de aguas frías, para tratar a los pacientes. El uso terapéutico del agua, acoge a la persona como una madre, entregando tranquilidad y permitiendo la reflexión personal.

FUENTES CONTENIDO
Fecha de visita Marzo 2009
www.asciende.cl/estudio_casos_agua_terapeutica.htm

HIDROTERAPIA
Fecha de visita Junio 2009
www.sxc.hu

TALASOTERAPIA
Fecha de visita Junio 2009
www.sxc.hu

HIDROGIMNASIA
Fecha de visita Junio 2009
www.sxc.hu



Algunos tipos de terapias profesionales que se desarrollan en la actualidad son:

Hidroterapia

Proviene de la palabra griega “hydor” (agua) y “therapeia” (curación). Es una de las ramas que estudia el uso externo del agua sobre el cuerpo humano, con fines terapéuticos. Se utiliza como prevención y tratamiento de dolencias para mejorar las condiciones de salud. Algunos de los métodos que se utilizan son: el agua limpia, para purificar la piel y el agua térmica para eliminar la tensión nerviosa del cuerpo, en el caso de personas que llevan una vida estresada.

Talasoterapia

Deriva del griego “talaso” (agua de mar). Utiliza los elementos marinos como herramientas para usos terapéuticos, entre ellos podemos encontrar: el agua, la arena, las algas y el lodo. Su tratamiento es eficaz en problemas psíquicos y físicos tales como anorexia, depresión, retrasos de crecimiento, osteoporosis, entre otros.

Hidrogimnasia

Permite desarrollar las articulaciones y músculos utilizando la flotación como método para permitir las funciones anatómicas. Se practica en personas con discapacidad física, embarazadas y adultos mayores, utilizando la piscina para realizar gimnasia con fines terapéuticos.

I.1 IMPORTANCIA DEL AGUA EN LAS GRANDES CIVILIZACIONES

Según el Ingeniero hidrólogo Fernández Jáuregui, experto funcionario de Naciones Unidas sobre el tema, afirma “que el acceso al agua se ha convertido desde la más remota antigüedad en una fuente de poder o en la manzana de la discordia que ha originado grandes conflictos.” [2]

Las antiguas civilizaciones, se situaron cerca de ríos, ya que los suelos eran mas adaptables para los cultivos y los ganados. Por esto que los ríos tuvieron gran importancia como por ejemplo Egipto en el río Nilo, que permitió el crecimiento de esta sociedad para desarrollarse y organizarse a través del aprovechamiento de los recursos hidráulicos. Proporcionaba agua para regar los cultivos, para alimentar a los animales y para el consumo humano.

Las civilizaciones más grandes se desarrollaron a través de los ríos más relevantes del mundo, tales como el Tigris, el Eufrates, el Nilo y el Indo. Estas comunidades tomaron estos ríos como: fuentes de alimentos, medio de comunicación entre ciudades, además de servirles para trasladar grandes pesos de un lado a otro, permitiendo la comercialización dentro de muchas otras cosas que ayudaron a que surgieran y tuviesen poder sobre otros pueblos.

I. Ríos, Lagos y su importancia

El ciclo general del agua nace a partir de la formación de lagos y ríos, los cuales nos entregan grandes cantidades de recursos hidrológicos, lo que permite la existencia de vida y distinguimos de otros planetas.

Ríos

Se define como una corriente de agua que recorre desde un lugar elevado a otro más bajo. La mayor parte de los ríos desaguan en el mar y en los lagos. A través de su recorrido permite transportar y depositar rocas modelando así el paisaje.

Lagos

Se define como una masa extensa de agua dulce o salada proveniente de los ríos, que se encuentra lejos del mar. Constituye un recurso natural renovable para los humanos, animales y plantas.

Los ríos y lagos forman parte de la circulación general del agua o ciclo hidrológico. La presencia de grandes cantidades de agua es lo que distingue a la Tierra de los otros planetas y lo que hace aquí posible la vida.

En la Tierra hay más de 1.400 millones de km³ de agua que son continuamente reciclados y transformados a su paso por los océanos, la atmósfera, la biósfera, por los suelos y las rocas de la geósfera.

Si se mide la cantidad de agua de cada uno de los componentes del ciclo hidrológico, la de los ríos sólo representa un reducido 0,006% y los lagos un 0,25% del agua dulce de la Tierra, pero tiene una relevancia que compensa sus escasos volúmenes. Ello se debe a que el agua de los ríos, al fluir debido a la gravedad, erosiona y modela el paisaje, al transportar y depositar rocas y sedimentos. El de los lagos también constituye un recurso natural renovable, tanto para los humanos como para los animales y plantas.

Algunos de los ríos y lagos más destacados son:

EL MEDITERRÁNEO: Permitió la navegación marítima por siglos, sirvió de intercambios culturales y comerciales en la antigüedad.

RÍOS AMARILLO Y AZUL: En China, jugaron un papel fundamental en el desarrollo de la agricultura, pero a la vez sus crecidas crearon destrucción en sus ciudades.

LAGO TITICACA: En Bolivia y Perú, es una enorme cuenca que comprende la mayor parte del norte de Los Andes, se encuentra a 3.810 metros sobre la altura del mar. Sus tierras son aptas para pastos y para la agricultura, pero el clima es un factor que limita los cultivos. Las poblaciones aledañas lo utilizan para los recursos de flora y fauna y para el fomento del turismo local.

RÍO BÍOBÍO: Fue de suma importancia para los pueblos indígenas, ya que geográficamente marcó la frontera de las tribus mapuches que habitaron en el centro sur de Chile, separándolos de los Picunches.

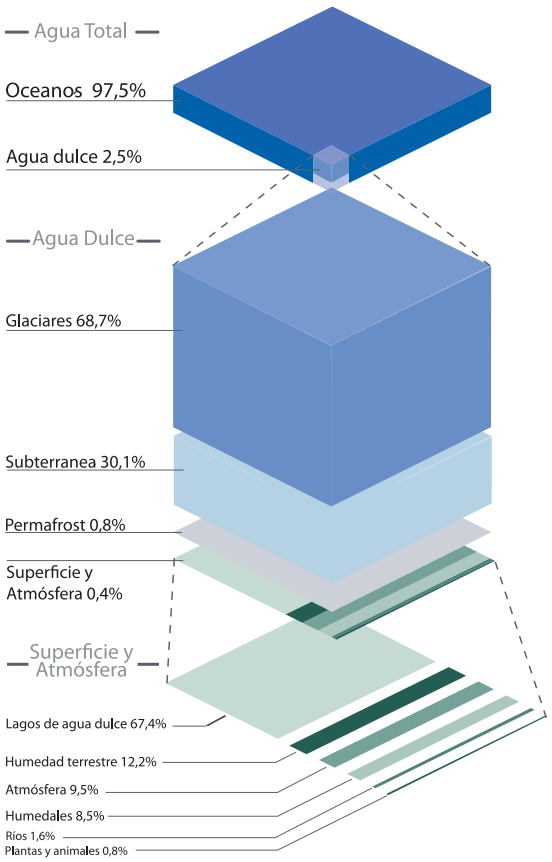


FUENTE IMÁGEN
Fecha de visita Marzo 2009
www.images.google.cl

I.2 DISTRIBUCIÓN DEL AGUA EN EL MUNDO

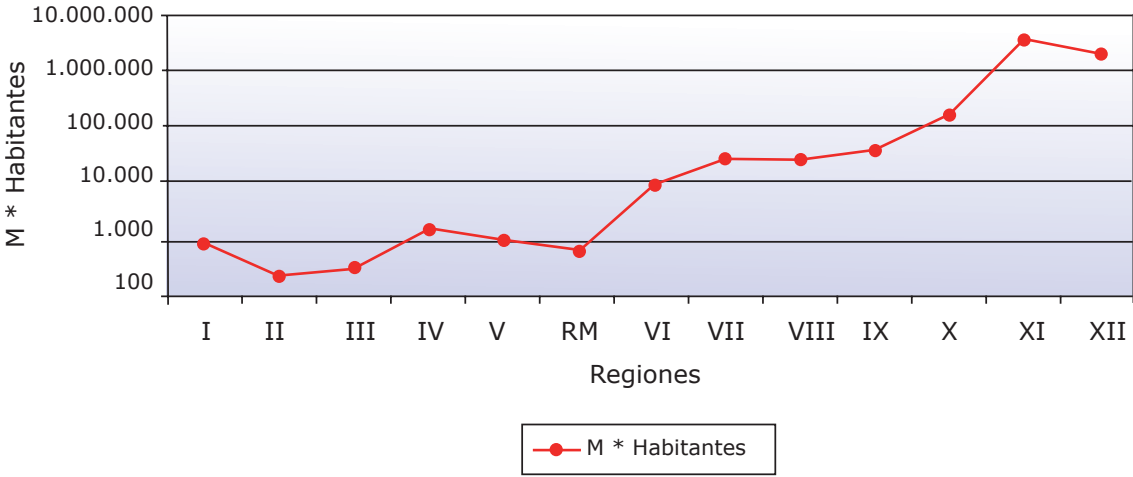
I. Importancia y Distribución

La tierra cuenta con unos 1.360.000.000 km³ de agua. De la totalidad el 97,5% es agua salada, que se encuentra mayoritariamente en mares y océanos, el 2,5% restante, pertenece al agua dulce, dentro de éste porcentaje se encuentran los glaciares, aguas subterráneas, el permafrost, superficie y la atmósfera. Estos últimos a la vez se dividen en lagos de agua dulce, humedad terrestre, atmósfera, entre otros.



DEFINICIONES
Diccionario de la RAE
PERMAFROST > la capa de hielo permanentemente congelado en los niveles superficiales del suelo de las regiones muy frías.

PROGRAMA CHILE SUSTENTABLE
Recursos Hídricos en Chile
desafíos para la Sustentabilidad
Primera Edición



2. Disponibilidad natural de las aguas

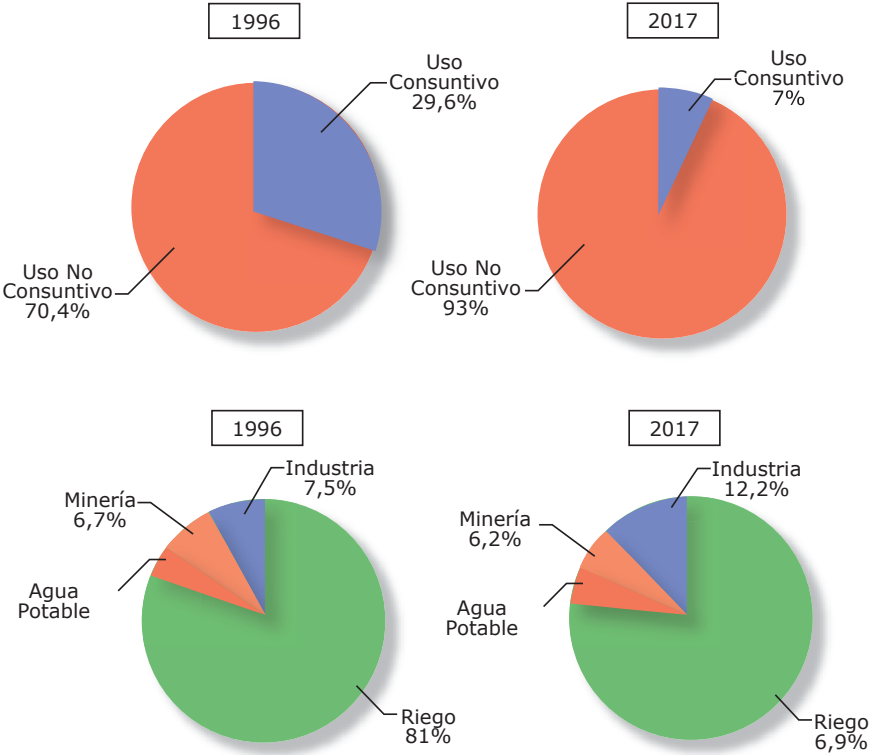
Según las estadísticas del gráfico, éstas reflejan que en la zona norte de nuestro país hay una gran escasez de precipitaciones, por lo que el papel que juegan las aguas subterráneas es fundamental. La explotación de acuíferos en esta zona se utiliza para abastecer la demanda de agua potable y del sector industrial. Por otro lado la región Metropolitana en el año 1992 obtuvo un 19% de agua potable gracias a las aguas subterráneas, en donde un 93% fue abastecido para áreas rurales.

El consumo actual promedio en Chile supera los 1.000 m³/año por habitante, sin embargo en la ciudad de Santiago la disponibilidad del agua es mucho menor (820 m³/año por habitante). Estos datos nos indican que el agua pasa a ser un factor limitante tanto para el desarrollo económico, social y sustentable en la región Metropolitana.

HABITANTES V/S REGIONES DE CHILE
"Política Nacional de Recursos"
 Ministerio de Obras Públicas, Dirección de Aguas (DGA), 1999

FUENTES CONTENIDO
"Política Nacional de Recursos"
 Ministerio de Obras Públicas, Dirección de Aguas (DGA), 1999

FUENTES CONTENIDO
Enciclopedia educacional ambiental
 Capítulo 2 > El agua, recurso de vida



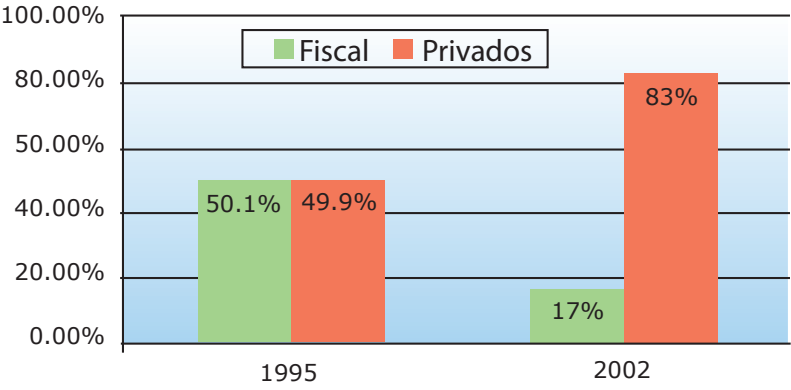
1.3 LOS USOS DEL AGUA EN CHILE

Existen dos modalidades para definir los usos de los recursos hídricos, éstos se definen como:

USO CONSUNTIVO: Consiste en la utilización de los recursos hídricos para el consumo, impidiendo su reutilización o su reintegro al cauce. Como lo es en las actividades mineras, industriales, riego agrícola y consumo doméstico.

USO NO CONSUNTIVO: Consiste en la utilización de los recursos hídricos, pero sin ser consumidos, es decir,

devolviéndolas aguas a su cauce y sin perjuicios para los usuarios. Como lo es en las centrales hidroeléctricas. Dentro de los usos consuntivos, el sector agrícola, forma la mayor parte en el consumo total. Según los gráficos, para el año 2017 el sector agrícola tendrá una disminución en su participación de un 4,1%. Disminuirá también la demanda por agua para uso y consumo humano, una disminución de 0,3%. A diferencia incrementará la demanda en los sectores mineros e industrial.



I. Poseedores del agua en Chile

A partir del año 1981, el recurso del agua dejó de ser considerado un bien nacional de uso público, convirtiéndose en un bien económico privado.

Por primera vez en la historia de Chile, el Código de Aguas privatizó los derechos de este recurso, separándolo del dominio de la tierra, y permitiendo su libre compra y venta. El estado a través de la Dirección General de Aguas (DGA) entrega a particulares los derechos de aprovechamiento de este recurso en forma gratuita y a perpetuidad. Los que desean, pueden adquirir estos derechos y pueden redistribuirlos a través de transacciones comerciales, lo que se denomina como “mercado del agua”.

Dentro de los derechos del uso de agua, existen dos tipos:

DERECHOS CONSUNTIVOS: Facultan a su dueño a consumir totalmente las aguas en cualquier actividad.

DERECHOS NO CONSUNTIVOS: Permiten emplear el agua sin consumirla, y obligan a restituirla del modo que se indique al momento de adquirir los derechos de aprovechamiento en esta modalidad, como es en el caso de las centrales hidroeléctricas.

PROPIEDAD DE LOS DERECHOS DEL AGUA EN CHILE
Programa Chile Sustentable en base a datos de Matus, Nancy (1998) y Gebauer, Dante (2002)

PROPIEDAD DE LOS DERECHOS DEL AGUA EN CHILE
Programa Chile Sustentable en base a datos de Matus, Nancy (1998) y Gebauer, Dante (2002)



I.4 LA CONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS

Uno de los aspectos más críticos con los que convive la seguridad humana, se relaciona a la contaminación del agua.

El agua es el elemento principal para el sistema de vida, es un recurso natural, único, escaso e indispensable para todos los organismos vivos y es un insumo para las actividades económicas productivas del hombre. No obstante cada vez es más escaso este recurso y en muchos lugares existe la degradación ambiental interrumpiendo el ciclo natural. Las fuentes de contaminación nacen principalmente de las descargas domiciliarias de aguas servidas y de industrias.

En nuestro país los cauces de agua poseen una gran carga de residuos, desechos y elementos altamente tóxicos, que generan un riesgo permanente y con un alto costo de recuperación. Estos datos reflejan el poco conocimiento y manejo adecuado de los recursos hídricos en Chile. Diferentes zonas de nuestro país se ven afectadas por la gran cantidad de residuos que son lanzados a los diferentes cauces y bahías, tales como la bahía de Valparaíso, la bahía de Concepción y el río Mapocho. Este último es el que se ve mayormente afectado, ya que recibe en forma directa más de un 60% del total de aguas servidas.



I.5 FACTORES QUE AFECTAN A LA ESCASEZ DE AGUA

Factores que afectan la calidad y disponibilidad del agua dulce:

AUMENTO DEMOGRÁFICO: Debido al aumento en la demanda del recurso del agua se han presentado signos de escasez, tanto para el uso doméstico, agrícola, industrial, minero e hidroeléctrico.

CONTAMINACIÓN: Los altos índices de contaminación de residuos y de aguas servidas en cauces, han afectado directamente el consumo de la población, lo que disminuye la disponibilidad de agua potable por habitante.

CAMBIO CLIMÁTICO: Con el paso de los años la temperatura de la atmósfera terrestre ha aumentado, lo que ha generado que lagos y ríos disminuyan sus caudales y existan grandes sequías.

AGRICULTURA: Aproximadamente el 70% del agua dulce que se extrae de lagos y ríos de todo el mundo son destinados para la agricultura. Es el principal consumidor de agua dulce en el planeta.

SEQUÍA
Fecha de visita Junio 2009
www.sxc.hu



I.6 SITUACIÓN FUTURA DEL AGUA

La demanda del agua dulce se ha visto aumentada considerablemente, debido principalmente al crecimiento de la población del mundo. Los suministros de ésta son limitados, lo que a futuro llevará a situaciones complejas.

El número de habitantes continúa aumentando rápidamente, pero la tierra no tiene ahora más agua que 2.000 años atrás. Hoy día 31 países, habitados por menos del 8% de la población mundial, se enfrentan a un déficit de agua potable. Para el año 2025 se considera que 48 países se enfrentarán al mismo problema, que afectará al 35% de la población mundial. En los próximos 20 años los países que se verán afectados a la escasez del agua son: Etiopía, India, Kenya, Nigeria y Perú. Otros países grandes, como China, ya encaran problemas hídricos crónicos.

ESCASEZ DE AGUA
Fecha de visita Junio 2009
www.images.google.cl/imgres?flckr

1.7 SITUACIÓN DE LA REGIÓN METROPOLITANA

El principal caudal de la cuenca hidrográfica de la región Metropolitana es el río Maipo que constituye la fuente primordial de agua potable de ésta región. Del río Maipo se abastece cerca de un 70% de la demanda actual de agua potable, y alrededor de un 90% de las demandas de regadío.

El segundo cause más importantes dentro de la cuenca hidrográfica es el río Mapocho, principal cauce receptor de aguas servidas y residuos industriales líquidos. El río Mapocho se une posteriormente al río Maipo, aportándole contaminación.

1. Calidad de los recursos hídricos.

Los niveles de ph y temperatura de los ríos Maipo y Mapocho son aceptables, aunque se observan valores de este último que perjudican algunos aspectos de la calidad del agua, como la capacidad de disolver el oxígeno. Estos niveles de temperatura no están asociados a fuentes de contaminación puntuales, si no más bien a las condiciones naturales del valle. Existe una normativa chilena para determinar la calidad del agua de riego (NCH 1333), dicha normativa nos indica la calidad de los recursos hídricos de la región Metropolitana.

FUENTES CONTENIDO
Fecha de visita Marzo 2009
www.conama.cl

CAPÍTULO 2 EL AGUA EN EL CURRÍCULUM EDUCACIONAL DE CHILE

CAPÍTULO 2 EL AGUA EN EL CURRÍCULUM EDUCACIONAL DE CHILE

2.0 OBJETIVOS FUNDAMENTALES Y TRANSVERSALES EN EL AJUSTE CURRICULAR

OBJETIVOS FUNDAMENTALES (OF) Corresponden a los propósitos generales dentro de la educación, que sirvan como base en la formación escolar.

Estos objetivos pueden ser verticales o transversales:

- OBJETIVOS VERTICALES: Se relacionan con la estructura del saber, los conocimientos y experiencias que se logran alcanzar en los diferentes cursos.
- OBJETIVOS TRANSVERSALES: Se relacionan con la connotación ético-valórica que debe estar presente en el proyecto educativo de cada establecimiento.

CONTENIDOS MÍNIMOS OBLIGATORIOS (CMO) Corresponden a los conocimientos específicos y prácticos para lograr las destrezas y actitudes que los establecimientos educacionales tienen que obligatoriamente enseñar, cultivar y promover para cumplir los objetivos fundamentales establecidos para cada nivel.

Los objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios desarrollados en el área de las CIENCIAS NATURALES tienen como propósito introducir a los y las estudiantes en una comprensión del mundo natural y tecnológico.

Son dos puntos los que se consideran necesarios en ésta formación:

- Generar un valor formativo del entusiasmo y la satisfacción personal de entender y aprender acerca de la naturaleza de los seres vivos y nuestra vida cotidiana.
- Generar un conocimiento científico de la naturaleza el cual contribuye a una actitud de respeto y cuidado con ella, como sistema de soporte de la vida que, por primera vez en la historia, exhibe situaciones de riesgo global.

Objetivos Fundamentales y Contenidos Mínimos Obligatorios del sector de Ciencias Naturales durante el segundo ciclo básico:

	Objetivos Fundamentales	Contenidos Específicos
3° a 4° año básico	- Comprender los procesos de crecimiento y reproducción de seres vivos. - Reconocer los estados de la materia y apreciar la importancia que tienen para la vida cotidiana. - Establecer características de la vida social desde el punto de vista del clima y del paisaje.	- Interacción entre seres vivos y ambiente. - Los estados de la materia y la vida. - Actividades de la vida comunitaria - Zonas climáticas de la tierra. - El universo.
5° año básico	- Apreciar la importancia que las especies biológicas tienen en el mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos.	- Niveles de organización de los seres vivos. - El cuerpo humano como organización biológica. - Recursos naturales y conservación
6° año básico	- Reconocer y analizar la incidencia de la acción sobre los equilibrios ecológicos.	- Efectos del uso de la energía sobre el medio. - Interacciones entre seres vivos.
7° año básico	- Comprender la salud como equilibrio físico, mental y social; y valorar comportamientos relacionados con su preservación. - Experimentar, evaluar y comunicar resultados en la estructura de la materia y en la organización de los seres vivos.	- Los seres vivos como sistemas interactuantes. - Características fundamentales de los seres vivos. - Nutrición humana.
8° año básico	- Comprender la magnitud y complejidad del problema medio ambiental y reconocer la responsabilidad personal y colectiva en la preservación de condiciones favorables para la vida.	- Cambios reversibles e irreversibles en la naturaleza. - Calentamiento global. Procesos físicos involucrados. - Desarrollo sustentable, su necesidad y posibilidades. - Responsabilidad individual y colectiva en la preservación de la vida.

Las Ciencias Naturales poseen como criterio básico en su ajuste curricular un conocimiento sobre el mundo, en donde alumnos y alumnas reconozcan la diversidad biológica y física del entorno; aprecien y apliquen los conocimiento y procedimientos científicos en la comprensión del mundo natural.

Otro sector del ajuste curricular que nos permite visualizar el desarrollo personal de alumnos y alumnas es el de LENGUAJE Y COMUNICACIÓN. Este sector está orientado a incrementar la capacidad de comunicación, expresión e interacción de los alumnos con el mundo.

Objetivos Fundamentales y Contenidos Mínimos Obligatorios.
Sector de lenguaje y comunicación durante el segundo ciclo básico:

	OBJETIVOS FUNDAMENTALES
3° y 4° año básico	- Escuchar comprensiva y atentamente. - Tomar oportunamente la palabra. - Expresarse con seguridad, fluidez y claridad.
5° año básico	- Decodificar y analizar comprensiva y críticamente mensajes. - Reflexionar sobre las principales funciones de lenguaje y sus efectos en la comunicación.
6° año básico	- Participar en situaciones comunicativas que impliquen analizar comprensivamente mensajes. - Expresarse oralmente con claridad en diferentes situaciones comunicativas.
7° año básico	- Leer comprensivamente con propósitos definidos. - Utilizar el lenguaje escrito como un medio para generalizar información.
8° año básico	- Participar en situaciones comunicativas que impliquen análisis crítico y comprensivo. - Expresarse con claridad, coherencia, precisión y flexibilidad.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
Objetivos Fundamentales Transversales de la Educación General
Básica,
Fecha: junio 2008

CALIDAD DE LA EDUCACIÓN
Fecha de visita Marzo 2009
www.navarro.cl/educacion/docs_comision/Educacion_General/
descripcion_sistema_educativo_mineduc_sesion_17.01.07.doc

2.1 TIPOS DE EDUCACIÓN EN CHILE

El sistema escolar en Chile está estructurado en tres formas: Municipales, Particulares subvencionados y Privado.

1. Educación municipal

La educación municipal administra 6.160 establecimientos, recibiendo la subvención del Ministerio de Educación, dependiendo del número de alumnos atendidos para cada nivel y modalidad de enseñanza. Aproximadamente 5.078 establecimientos se encuentran bajo la dirección de los Departamentos de Administración de la Educación Municipal, DAEM, mientras que el resto, 1.082 casos están bajo la administración de una Corporación Municipal.

2. Educación particular subvencionada

Administrada por 3.278 sostenedores que corresponden a personas naturales, jurídicas o instituciones tanto religiosas como de carácter laico, este sector consta de 4.274 establecimientos.

3. Educación privada

No reciben ningún tipo de ayuda estatal y se gestiona con los aportes de los padres de los estudiantes que a ella asisten.

Sin duda, en Chile hay falencias notables de la calidad de la educación y existen grandes diferencias entre colegios privados y públicos. Es sabido que las diferencias que existen en la educación escolar genera un contraste enorme con respecto al aprendizaje, lo que da como resultados desigualdad social.



FUENTE IMÁGEN
Fecha de visita Marzo 2009
www.images.google.cl

2.2 LEYES DE EDUCACIÓN

1. Loce

La Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), publicada el 10 de marzo de 1990, es la que dicta las pautas para la educación en Chile, desde los niveles preescolares, hasta la educación superior.
La Loce fija los requisitos mínimos que deberán cumplir los niveles de enseñanza básica y enseñanza media y así mismo regula el deber del Estado de velar por su cumplimiento. Del mismo modo norma el proceso de reconocimiento oficial de los establecimientos educacionales de todo nivel. Esta ley será próximamente reemplazada cuando entre en vigencia la Lge.

2. Lge

La Ley General de Enseñanza (LGE) surge del Consejo Asesor Presidencial para la Educación Superior que recoge las demandas emanadas de la movilización estudiantil secundaria del 2006. Intentando dar respuesta a estas demandas, se plantean una serie de propuestas de reforma a la LOCE que se articulan en un proyecto de ley, aprobada en Diciembre del 2008, que será posteriormente promulgada.

Podemos concluir que la educación en Chile está aun en vías de desarrollo, para mejorar la calidad de enseñanza en nuestro país.

2.3 GRUPOS SOCIOECONÓMICOS

De acuerdo a los estudios que realizamos, obtuvimos los siguientes datos:

Grupo Socioeconómico	Ingreso familiar	Comuna	Profesión	Población
ABC I	95 UF mensual	Las Condes, Vitacura, Providencia, La Reina, Lo Barnechea, Huechuraba.	Gerentes, Empresarios, Carreras de prestigio.	6.2%
C2	45-95 UF mensual	Providencia, Ñuñoa, Peñalolén, Las Condes, La Reina, Santiago, Vitacura.	Profesionales jóvenes, Ejecutivos de nivel medio, Técnicos, Pequeños Industriales.	15%
C3	22-44 UF mensual	La Florida, Maipú, Macul, Puente Alto, Independencia, Santiago, Recoleta, entre otras.	Empleados públicos y privados sin rango o categoría, Comerciantes, Técnicos y Vendedores.	21%
D	10-21 UF mensual	Renca, Conchalí, Lo Prado, Quinta Normal, Pudahuel, La Pintana, Lo Espejo, Cerro Navia.	Obreros no calificados, Feriantes, Trabajadoras manuales, Juniors, Aseadores.	38%
E	1-9 UF mensual	Renca, Quinta Normal, La Pintana, El Bosque, Lo Espejo, Pedro Aguirre Cerda, Conchalí.	Trabajos ocasionales, Cuidadores de autos, Cargadores y Cartoneros.	20%

GRUPOS SOCIOECONÓMICOS
Fecha de visita Marzo 2009
www.corpa.cl/doc/Descripcion%20GSE%20Chile%202006.pdf



FUENTE IMÁGEN
Fecha de visita Marzo 2009
www.images.google.cl

2.4 TEORÍAS DE APRENDIZAJE

La educación y el desarrollo infantil son dos temáticas que se encuentran estrechamente vinculadas. Dos importantes autores Piaget y Vygotsky tuvieron como objetivo de estudio el carácter cognoscitivo y de aprendizaje en el desarrollo del niño y adolescente tanto en su interior como en el ambiente que los rodea.

1. Teoría de Vygotsky

La Teoría De Vygotsky se concibe a partir de la Interacción Social, interacción que permite el desarrollo del niño a través de la participación “guiada” por un adulto o alguien con más experiencia. La importancia del lenguaje congncoscitivo permite al guía interactuar con el niño, utilizandolo como herramienta de aprendizaje. De esta forma el niño se anima a expresarse de forma oral y escrita, dándole valor al diálogo en equipo.

2. Teoría de Piaget

La Teoría de Piaget, se concibe a partir del desarrollo cognoscitivo del niño. El eje central de Piaget fue comprender la formación de los procesos mentales del niño para conocer su naturaleza y funcionamiento.

Piaget basa su fundamento a través de 4 etapas del desarrollo cognitivo:
ETAPA SENSORIO-MOTORA (0-2 años): Los niños muestran una intensa curiosidad por el mundo que los rodea.
ETAPA PRE-OPERACIONAL (2-7 años): El pensamiento del niño es mágico y egocéntrico.
ETAPA DE LAS OPERACIONES CONCRETAS (7-11 años): En la que el pensamiento del niño es literal y concreto, y la formulación abstracta sobrepasa su captación.
ETAPA DE LAS OPERACIONES FORMALES EN EL NIVEL ADULTO: Es capaz de realizar altas abstracciones.

	Teoría de Piaget	Teoría de Vygotsky
FUNDAMENTO	Se centra en los procesos mentales del niño. El desarrollo cognoscitivo como producto de los esfuerzos del niño por comprender y actuar en su mundo.	Concibe al sujeto como un ser eminentemente social (interacción social)
APRENDIZAJE	El niño puede resolver problemas de manera lógica y concreta si están enfocados en el aquí y ahora, pero no puede pensar de forma abstracta.	La importancia del lenguaje cognitivo: Si los niños dlsponen de palabras y símbolos son capaces de construir conceptos rápidamente.

TEORÍAS DE APRENDIZAJE
Diane E. Papalia, Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia, Novena Edición

XD

Saludo, contento

:)

Feliz

O.O

Asombro

ㄣ

Sospechozo,

u.u

Duda

x.x

Nose

:(

Triste

:P

Sacar la lengua

2.5 COMPORTAMIENTOS, CÓDIGOS Y SOPORTES COMUNICACIONALES DE LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES DEL SIGLO XXI

I. Comportamientos virtuales

Lenguaje virtual

Los portales, blogs y chats son la principal fuente de comunicación en que los jóvenes de hoy se expresan, a través de símbolos y abreviaciones. Estos símbolos son simplificados a través de emoticones y caracteres que generan formas, logrando un nuevo lenguaje en la jerga juvenil. Por otro lado la fonética de las palabras los lleva a escribir de una forma abreviada y errónea, que entre ellos se entienden. A partir de este análisis podemos entender como se expresan entre ellos y de esta forma encontrar la manera más adecuada para acercarnos a su lenguaje.

Expresión virtual

Sitios de internet, como blogs de chat, fotolog, facebook, flickr, entre otros; Se han convertido en la vitrina personal de muchos jóvenes de diferentes lugares del mundo, en donde expresan su visión del mundo a través de imágenes donde ellos son el protagonista y aplican diferentes recursos gráficos, tales como brillos, trazos, usos tipográficos, retoques y filtros de imágenes, etc...

REGISTRO CÓDIGOS
Patricio Felmer, 15 años
Colegio The Kent School, Providencia



REGISTRO RAYADOS
Colegio Manuel de Salas, Brown Norte 105
Ñuñoa, Santiago



A partir de este tipo de antecedentes podemos conocer como los adolescentes se expresan tanto fuera como dentro del recinto escolar y cómo estos recursos se van relacionando entre sí.

Formas de expresión dentro del recinto escolar

En la actualidad en diferentes colegios de la ciudad de Santiago es muy común encontrarse con diferentes rayados e intervenciones en espacios del recinto escolar, en donde los alumnos y alumnas lo manifiestan como medio de expresión. Tales intervenciones las podemos encontrar en aulas, en espacios de recreación, baños y mobiliarios.

2. Tribus Urbanas

Entendemos como tribu urbana a toda forma de expresión cultural y artística que posibilitan a los jóvenes decir, criticar y manifestar lo que piensan de la sociedad en que viven y proponer alternativas. De ésta manera u otra, se han convertido en un medio de expresión.

EL LENGUAJE: Este elemento resulta ser clave, ya que lo ven como una forma de expresión oral que permite la diferenciación con los adultos y entre tribus.

LA ESTÉTICA: Identifica a los estilos juveniles, están marcadas, por ejemplo, en el pelo, la ropa, accesorios, entre otros. Las tribus en general tienen un aspecto estético determinado que los uniforma; sin embargo, hay muchos que logran trascender y no se convierten en tribus pasajeras.

Por otra parte, Mario Margulis (1994) define las tribus como “aquellos receptáculos en los que se agrupan aquellos que se identifican como un look ampliado en el que entremezclan ropas, peinados, accesorios, gustos musicales, manera de hablar, lugares donde encontrarse, ídolos comunes, expectativas comunes, ilusiones compartidas. La tribu funciona como mecanismo de identificación de semejantes y de segregación de diferentes” (...) [3]

Estas son algunas de las tribus urbanas que habitan en nuestra ciudad:

Pelo Lais

Son jóvenes que se caracterizan por ser del barrio alto. Generalmente son rubios. Visten muy bien, combinan colores y siempre están a la moda.



[3] **MARIO MARGULIS**
Fecha de visita Abril 2008
www.educarchile.cl

REGISTRO DE FOTOLOGS
www.fotolog.com/txnene
www.fotolog.com/shape
www.fotolog.com/mixi



Pokémon

Jóvenes especialmente de clase social C2-C3. Visten ropas oscuras, con motivos de calaveras, frutas, estrellas, entre otros. Sus peinados son estrambóticos, generalmente pelo color negro combinado con otros colores. En la mayoría de los casos suelen taparse un ojo con el pelo.



Otakus

Jóvenes que poseen un gran interés sobre los animé, manga y videojuegos. Suelen coleccionar afiches de personajes animados e imágenes. Se visten con un pinta “normal”, llevan la mochila y la polera repletas de chapitas con imágenes manga y animé. Para algunas ocasiones se disfrazan de algún personaje japonés.

Hip Hoperos

Son jóvenes de clase social C2-C3. Usan ropas anchas, de colores rojos, blancos, azules, entre otros. Suelen usar jockey y zapatillas caña alta, similares a las que usan los basketbolistas.



2.6 EL HUMOR COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE

El sentido del humor es un elemento clave del aprendizaje desde la infancia [4]. Aprender algo nuevo requiere de un proceso de prueba y error, y en este sentido el juego y la capacidad para reírse de los fracasos son fundamentales.

Algunos de los conceptos claves que nos genera el humor son :

- Facilita la comunicación, y por lo tanto también la comunicación educativa.
- La disminución del estrés que consigue la risa también facilita el proceso educativo. [5]
- Favorece la memorización y retención de datos.
- Aporta a los niños flexibilidad en su pensamiento, espontaneidad, astucia y también les da capacidad para saber enfrentarse a situaciones adversas.

Los niños necesitan reírse y disfrutan de ello. Ellos mismos le dan un rango de popularidad a sus compañeros que tienen sentido del humor y que hacen reír a los demás en la vida escolar.

[4] HUMOR: ITS ORIGIN AND DEVELOPMENT
McGhee, Paul E. (1979)
San Francisco: W.H. Freeman.

[5] LAUGH AND LEARN
Tamblyn, Doni, (2003)
Nueva York: Amacom, Página 84

[6] JESÚS FERNÁNDEZ
Fecha de visita Marzo 2009
www.pedablogia.wordpress.com

Por otra parte son muchos los estudios que se han realizado alrededor de los efectos de la risa y el humor en la salud de las personas, los niños que son criados en un ambiente positivo, de alegría y con relaciones emocionalmente sanas, tienen más posibilidades de convertirse en personas optimistas.

El diario El Mercurio publicó un artículo, firmada por la periodista Pamela Carrasco, el cual se titula: “EL HUMOR ES UNA HERRAMIENTA PEDAGÓGICA VALIOSÍSIMA PARA LOS PROFESORES”

Este artículo hace referencia al español Jesús Fernández Solís el cual desarrolló un proyecto denominado “Escuelas que ríen” que fue implementado en diferentes escuelas para profesores y directores. Su objetivo es generar un mejor clima en la sala y ayudar a la motivación y creatividad de los niños. Este método permite agilizar los procesos de enseñanza, aprendizaje y sirve de apoyo para construir materiales didácticos.

Jesús Fernández sostiene: “La labor de los docentes tiene un gran desgaste y muchos problemas, y el humor es clave para su vida personal y para su formación profesional, ya que bien usado puede ser una herramienta pedagógica valiosísima” [6]

EL PROYECTO

Análisis del diseño, teórico y formal

SOLO USO

CAPÍTULO 3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

CAPÍTULO 3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

3.0 PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

Falta de educación y conciencia medioambiental que existe sobre la escasez del agua.

En la actualidad uno de los mayores problemas que afecta al ser humano es la escasez del agua dulce en el mundo. Factores tales como el aumento poblacional, la contaminación, el calentamiento global, el mal uso del recurso y la creciente demanda, han provocado una crisis ambiental tanto a nivel nacional como mundial, en donde la humanidad juega un papel fundamental en la estabilidad y cuidado de éste, "...falta de motivación en la comunidad, se debe también a la falta de educación y conocimientos sobre el tema..." [7] Es necesario generar una real conciencia en la sociedad, logrando cambios en hábitos y conductas que permitan un vuelco a la escasez del agua.

Estudios y teorías psicológicas nos demuestran que la etapa adecuada para desarrollar hábitos y nuevas conductas en las personas es en el periodo escolar, entre 2º año Básico y 6º año Básico, debido a que los niños y niñas son más sensibles a captar y recibir información. El área educacional tiene la tarea de lograr un aprendizaje óptimo para que el individuo sea capaz de reconocer y respetar su entorno natural "...la educación y la investigación es un proceso educativo en sus diversos niveles, a través de la transmisión de conocimientos y de la enseñanza de conceptos modernos de protección ambiental, orientados a la comprensión y toma de conciencia de los problemas ambientales, deberá incorporar la integración de valores y el desarrollo de hábitos y conductas que tiendan a prevenirlos y resolverlos."[8] De acuerdo a lo anterior, es un proceso que el sistema educacional ha estado desarrollando, pero que aun carece de reales cambios que ayuden a generar conciencia en la etapa escolar.

[7] RECURSO ESCASO Y VITAL

Fecha de visita Marzo 2009

www.conama.cl

[8] UNESCO-PNUMA (1987)

Fecha de visita Marzo 2009

www.grupoeducactiva.cl/que_es_educ_amb.htm

3.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

I. Fomentar el buen uso del agua a través de información interactiva en el recinto escolar.

Objetivos Específicos

- Generar una información cercana y didáctica al usuario
- Desarrollar comprensión y generar conciencia sobre el cuidado del agua, a través de actos y conductas cotidianas en las que se desenvuelve el usuario.
- Generar una conexión directa entre mensaje y usuario a través de información clara, precisa y concreta.

2. Explorar el ámbito del diseño gráfico como herramienta para generar un mejoramiento y cambio en la calidad de vida de las personas.

Objetivos Específicos

- Desarrollar el pensamiento reflexivo y metódico, además del sentido de crítica y autocrítica.
- Promover a través del diseño el uso eficiente del agua, fomentando el ahorro y el consumo responsable.
- Desarrollar la capacidad de resolver problemas frente al mal uso del recurso y tener la capacidad de auto-aprendizaje frente a los mensajes entregados en el proyecto.

3.2 JUSTIFICACIÓN DEL USUARIO

En el transcurso del desarrollo del proyecto, la definición de nuestro grupo objetivo ha ido variando de acuerdo a los contenido y estudios que hemos realizado.

Inicialmente nuestro grupo objetivo estaba enfocado a escolares del nivel de enseñanza media (12-18 años). En esta etapa nos dimos cuenta que los alumnos y alumnas se ven influenciados por ciertas tribus urbanas que están inmersas en nuestra sociedad. Considerábamos que el tema de las tribus urbanas era un concepto interesante de explotar, ya que está en pleno desarrollo en nuestra actualidad. Por otro lado las diferentes formas de expresión, códigos y símbolos, nos permitirían generar un lenguaje más cercano y didáctico. En este ciclo de la etapa escolar los diferentes contenidos del ajuste curricular, no concentran los temas que queremos abordar. Paralelamente las tribus urbanas ya poseen ciertos pensamientos y visiones de vida concretas difíciles de modificar, por lo tanto insertar un proyecto que genere cambios y conciencia se contrapone con la visión y desarrollo de este nivel.

Gracias a este análisis pudimos ver que era necesario primero conocer los diferentes mundos de cada ciclo complementados con su análisis psicológico, además de los contenidos que se implementan en la educación escolar según el ajuste curricular.

Fue así como a través de los estudios concretos de la malla educacional encontramos el ciclo exacto en donde se ven los Contenidos Mínimos Obligatorios y los Objetivos Fundamentales relacionados al área de las Ciencias y el Lenguaje que nosotros queremos aplicar.

En complemento con las teorías psicológicas y de aprendizaje, vimos como llegar a los niños a través de una comunicación concreta, lógica y social. Finalmente llegamos a nuestro grupo objetivo que son los niños y niñas de 6 a 11 años, que corresponden a los cursos de 2° a 6° básico.

CICLO	MALLA CURRICULAR	TEORÍAS PSICOLÓGICAS
6-11 años	- <i>Apreciar la importancia de las especies biológicas.</i> - <i>Comprender la magnitud y complejidad del problema medio ambiental y reconocer la responsabilidad personal y colectiva en la preservación de condiciones favorables para la vida.</i>	- <i>El niño en este ciclo razona de manera lógica y concreta.</i> - <i>El niño interacciona socialmente y es capaz de comprender y actuar en su mundo.</i>

I. Análisis de comportamientos de nuestros grupo objetivo

¿Cómo aprenden?

Aprenden a través de la descripción concreta relacionada con su experiencia diaria: Juegos, cuentos, dibujos, y cosas manuales.

¿Cómo juegan?

Sus juegos son de distintos tipos: De poder, competición, motrices, de normas y fantasía.

Factores que desarrollan

La imitación, la observación, la creatividad, reconocer y relacionar.

¿Qué les gusta hacer?

Entretenerse con juegos y tonterías, les interesa la lectura de aventuras, animales y fantasía.

FUENTE CONTENIDO
Fecha de visita Marzo 2009
www.atinachile.bligoo.com



¿Qué materiales ocupan?

Interactuar con papeles, pegamentos y plasticina.

¿Qué colores ocupan?

Colores vivos que se relacionan con su entorno. Ejemplo: amarillo: sol, azul: cielo y rojo: corazón.

¿Qué dibujos animados ven?

Los Simpsons, los Padrinos mágicos, Bob Esponja.

2. Características Psicológicas del grupo objetivo

Desarrollo Cognoscitivo

Aumenta la capacidad para considerar diversas perspectivas.

Desarrollo del lenguaje

El principal crecimiento es en las habilidades prácticas.

Desarrollo emocional

El niño entiende mejor la diferencia entre culpa y vergüenza.

Desarrollo social

Los conflictos con los hermanos y compañeros ayudan en el desarrollo de habilidades para la resolución de problemas.

Desarrollo moral

El sentido de justicia orienta cada vez más el razonamiento moral. El niño desea ser bueno.



AHORRA AHORA
Fecha de visita Marzo 2009
www.ahorraahora.cl



FLUVI Y EL CICLO DEL AGUA
Fecha de visita Abril 2009
www.expozaragoza2008.es/juegofluci



3.3 REFERENTES

1. Campañas

AHORRA AHORA (Nacional)

El gobierno de Chile desarrolló una campaña con el propósito de ahorrar energía, transmitiendo el mensaje de “no derroches energía”. A través de su sitio web facilita consejos de uso.

2. Campañas protagonizadas por personajes

FLUVI Y EL CICLO DEL AGUA (Internacional)

A través de la exposición internacional desarrollada en Zaragoza en 2008 “Agua y desarrollo sostenible”, se creó un personaje que complementara el desarrollo de la exposición. Este personaje (Fluvi) cumplía el rol de educar de una forma cercana al lenguaje de los niños, la vitalidad e importancia del recurso del agua.

3. Campañas por medio de impresos

CHILECTRA, CHISPITA TE ACOMPAÑA (Nacional)
Chilectra a partir del año 2008, tomó la iniciativa de entregar en las cuentas de luz, una revista de formato comics, en donde el personaje Chispita aconseja a un niño entre 10 y 12 años a cuidar la energía.



CHISPITA
Fecha de visita Mayo 2008
www.chilectra.cl

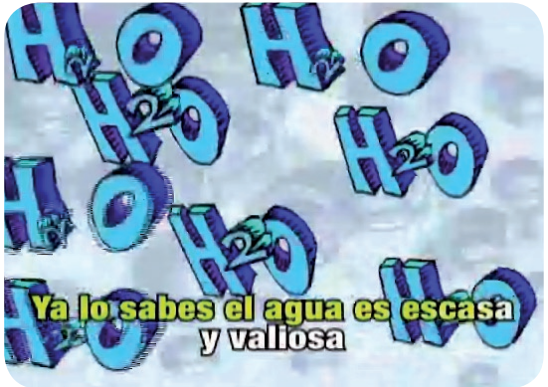
4. Intervenciones gráficas

CONSEJO DE DEFENSA DE RECURSOS NATURALES (Internacional)
Campaña para concientizar sobre el cambio climático y sus consecuencias sobre la escasez de agua potable en el mundo.



EL CAMBIO CLIMÁTICO
Fecha de visita Mayo 2008
www.NRDC.org

CUIDEMOS EL AGUA
Fecha de visita Junio 2009
www.webpolosur.cl/agua/



5. Campañas visuales

(Nacional)
Proyecto que realiza “América Producciones” para Conama. La campaña tiene como fin concientizar a niños y adolescentes sobre la escasez del agua, dando consejos útiles para cuidarla, a través de un lenguaje cercano y entretenido.
Esta Campaña aun no está lanzada.

6. Campañas Itinerantes

CUIDA EL AGUA, CUIDA LA VIDA (Internacional)
Es la nueva campaña itinerante de WWF. Tiene como principal objetivo llamar la atención sobre el mal uso del agua en España.



CUIDA EL AGUA, CUIDA LA VIDA
Fecha de visita Mayo 2009
www.wwf.es

CAPÍTULO 4 FUNDAMENTOS DEL DISEÑO EN EL PROYECTO

CAPÍTULO 4 FUNDAMENTOS DEL PROYECTO



4.0 ¿POR QUÉ EL AGUA?

En un principio la temática del proyecto estaba enfocada a promover el cuidado DEL MEDIO AMBIENTE, en donde los diferentes recursos naturales se vieron involucrados (agua, energía, aire y naturaleza).

A pesar de que el eje central de todos estos recursos era el mismo (cuidado y consumo responsable), finalmente se decidió acotar a sólo en uno de ellos, **EL AGUA. ¿POR QUÉ EL AGUA?**

El agua es un recurso vital e indispensable para la vida, por lo tanto consideramos que es esencial promover su correcto uso e informar sobre su importancia y las consecuencias de su escasez. Por otro lado enfocarnos en un solo tema nos permite una profundización y manejo del área, para así lograr un proyecto de mayor precisión y de resultados más concretos.



4.1 ¿POR QUÉ LOS BAÑOS?

A partir de un esquema en base a los recorridos que desarrollamos, concluimos que los lugares que mayormente frecuenta el alumno(a) dentro del recinto escolar son las salas, patios y baños. Estos sectores juegan un rol fundamental relacionado al tema que queremos abordar: El Agua.

El patio cumple la función de ser un espacio de libre entretención donde los niños y niñas pueden desplazarse, jugar, hacer deportes, entre otras cosas. Dentro de este espacio existen lugares habilitados para beber agua, pero son sectores de poco acceso y comodidad. En cambio los baños son el núcleo principal del consumo del agua, los alumnos y alumnas pasan por allí alrededor de 3 veces por día, desarro-

llando diversas acciones, entre ellas: hacer sus necesidades, beber agua, peinarse, mirarse en el espejo, lavar fruta, enjuagarse las manos, llenar botellas con agua, etc. Los alumnos cumplen dentro de los baños un tiempo aproximado de 20 minutos por día.

Este estudio nos permitió definir que los baños serán la locación e instancia en donde aplicar nuestro proyecto, ya que estos cumplen con todas las características en cuanto a espacio y uso.

FUENTES CONTENIDO
Fecha de visita Marzo 2009
www.kentschool.cl



COLEGIO THE KENT SCHOOL

Fundado por Alejandro Tarragó Borrás en el año 1950, esta ubicado en la comuna de Providencia en Santiago y sus alumnos son de un nivel social C2-C3.

MISIÓN EDUCATIVA

The Kent School imparte una educación completa (de prekinder a Cuarto Año Medio), considerando las aptitudes de cada alumno, formándolos en valores que les permitan llegar a ser personas de bien, conscientes de sus deberes y derechos.

4.3 ¿POR QUÉ LA SOLUCIÓN DEL FORMATO?

Como formato de nuestro proyecto decidimos desarrollar una CAMPAÑA, ya que ésta nos permitía desarrollar una estrategia comunicacional junto a un amplio abanico de posibilidades y soportes.

Se define como campaña a un conjunto de estrategias que a través de un IMPACTO sobre el grupo objetivo, genera un cambio, llamado de atención o información durante un período de corto plazo.

Los recursos esenciales que utilizamos para los estudios de información fueron las ENCUESTAS. “El éxito de cualquier campaña está en los datos.” [9] Las encuestas son una de las mejores fuentes de información para recopilar datos de calidad, estas nos permiten segmentar y personalizar la información.

Durante el proceso del proyecto, desarrollamos más de 12 tipos diferentes de encuestas. Entre ellas:

TRIBUS URBANAS: Comportamientos, soportes y formas de expresión.

CÓDIGOS Y SOPORTES COMUNICACIONALES: Medios, técnicas y recursos.

ENTRETENCIÓN: Formas y tipos de entretención, usos y enseñanzas.

PERSONAJES: Perfiles, características psicológicas y físicas.

[9] - MASTER BASE
www.es.masterbase.com/solucion/claves/tipos_campanas.asp

FUENTES CONTENIDO
Fecha de visita Abril 2009
www.canalpretoriano.blogspot.com/mascotas.jpg

4.4 CAMPAÑA - USO DE UN PERSONAJE

En la actualidad niños y niñas entre 8-12 años se ven envueltos en diferentes modas y conceptos que ellos tienden a imitar. Personajes de la televisión forman parte de la vida diaria del niño, captando su atención a través de la entretención que estos les generan.

Diferentes encuestas sobre personajes animados, series de televisión y videojuegos nos indican que el usuario se refleja a través de las conductas y comportamientos del personaje, generando cercanía e interacción a un mismo nivel y lenguaje.

Diferentes campañas nos avalan sobre el correcto y eficaz uso de personajes como medio de información. Algunas de ellas son:

CHISPITA, es un personaje infantil que pertenece a Chilectra y enseña a los niños sobre energía eléctrica a través de juegos, consejos de eficiencia energética y otros.

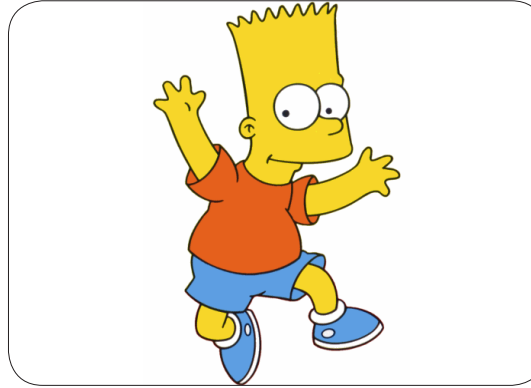
DON GRAF, es un personaje incentivado por Paz Ciudadana que previene la delincuencia en niños y jóvenes a través de consejos.



4.5 ARQUETIPOS

1. Bart Simpsons de “Los Simpsons”

Tiene 10 años, es muy travieso, simpático y con gran energía. Es el más problemático de la familia, siempre busca la manera de meterse en líos. Es el típico preadolescente que se cree mayor y quiere deshacerse de los permisos de los padres.



2. Timmy Turner de “Los Padrinos Mágicos”

Es un niño como cualquier otro, con 10 años de edad. Representa un típico niño que aspira a ser el más popular del colegio, para que los demás lo admiren. Tiene muy malas notas por culpa del profesor. Es incompetente, torpe, vago e irreflexivo. Sus rasgos más comunes son la pereza y la falta de sentido común.



3. B.O.B. de “Monsters v/s Aliens”

B.O.B. no tiene cerebro y por ende dice cosas sin pensar. Es una gelatina indestructible, con mucha habilidad y de infinitas formas. Tiene un apetito insaciable. A los niños le gusta B.O.B. porque es un personaje divertido y multifacético, además de su graciosa forma.



[10] CESAR TRIVIÑO 10 Años
Fecha de visita Julio 2009
www.lun.cl/elboomdelosgogos



4. Gogos

Actualmente es la moda de niños y niñas de entre 6 y 11 años. Está inspirado en el antiguo juego de las bolitas y es muy común ver a los pequeños jugar con ellos en los patios de los colegios.

Consiste en un monito de plástico de unos 3 centímetros de altura. Son 60 personajes coleccionables y se pueden conseguir en kioscos y supermercados a \$500 pesos cada uno. Los gogos gustan mucho a los niños de hoy ya que son lúdicos y permiten interactuar con los amigos. Los niños y niñas disfrutan de este tipo de juegos y comparten entre ellos esta entretenida moda.

“Los gogos son muy entretenidos y divertidos. No tengo el album, pero los colecciono y ya tengo 30. Con mis compañeros jugamos en el recreo y nos cambiamos los repetidos.” [10]

4.6 ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

PRIMERA ETAPA

¿QUÉ QUEREMOS HACER?

Crear conciencia sobre el cuidado del agua.

¿PARA QUIÉNES?

Para niños(a) entre 6 y 11 años.

¿DÓNDE?

En recintos educativos (Colegios).

¿CÓMO LO QUEREMOS HACER?

Interviniendo gráficamente zonas de uso y consumo frecuente del agua (baños).

OBJETIVOS

- 1. Fomentar el buen uso del agua.
- 2. Desarrollar el pensamiento reflexivo y generar conciencia.

3. Generar información cercana y didáctica.

SEGUNDA ETAPA

DESARROLLO DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

El “DERROCHE” del agua, es el núcleo principal en, que deriva la propuesta final de nuestro proyecto. A partir de este concepto se consideran los siguientes aspectos:

¿Cómo poder enfrentar el derroche?

¿Cómo dejar de derrochar?

¿Qué consecuencias trae?

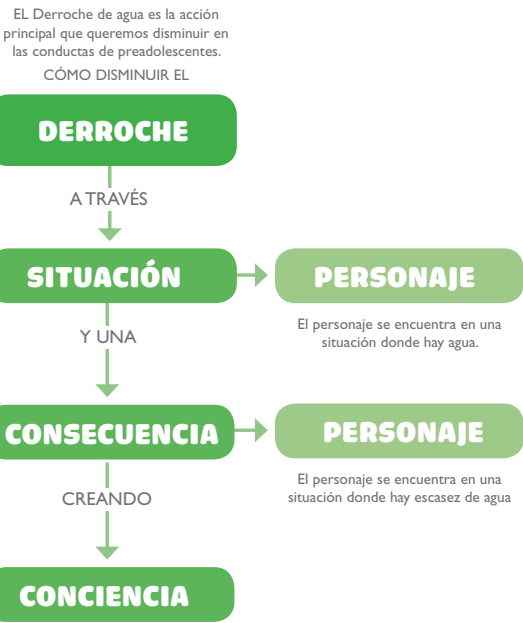
Este tipo de cuestionamiento nos llevó a enfrentar cómo es el mundo de los niños y cómo reciben la información cotidianamente.

En la actualidad, estudios sobre conductas y comportamientos de los niños y niñas, dentro y fuera del recinto educativo, nos arrojan resultados que nos permiten desarrollar nuevos conceptos.

Estos estudios se basan en los modos de entretenimiento y formas de captar la información de los niños de hoy, en donde los videojuegos, la televisión, la internet y los juguetes juegan un papel fundamental en el entorno de los pre-adolescentes. Dentro de estos medios comunicacionales es muy común ver diferentes personajes ubicados en mundos de fantasía que a través de la tontería, la travesura y la exageración captan la atención de los usuarios.

Fue así como empezamos a idear los conceptos de nuestra propuesta. Quisimos generar una SITUACIÓN que reflejara una CONSECUENCIA, en donde el usuario, a través de un mensaje claro, comenzará a crear su propia conciencia.

Tomando en cuenta todos estos puntos planteamos el siguiente esquema:



CAPÍTULO 5 DESARROLLO DEL PROYECTO

PROPUESTAS TEMÁTICAS
Fecha Abril 2008
Afiche y Video de campaña
educacional medioambiental

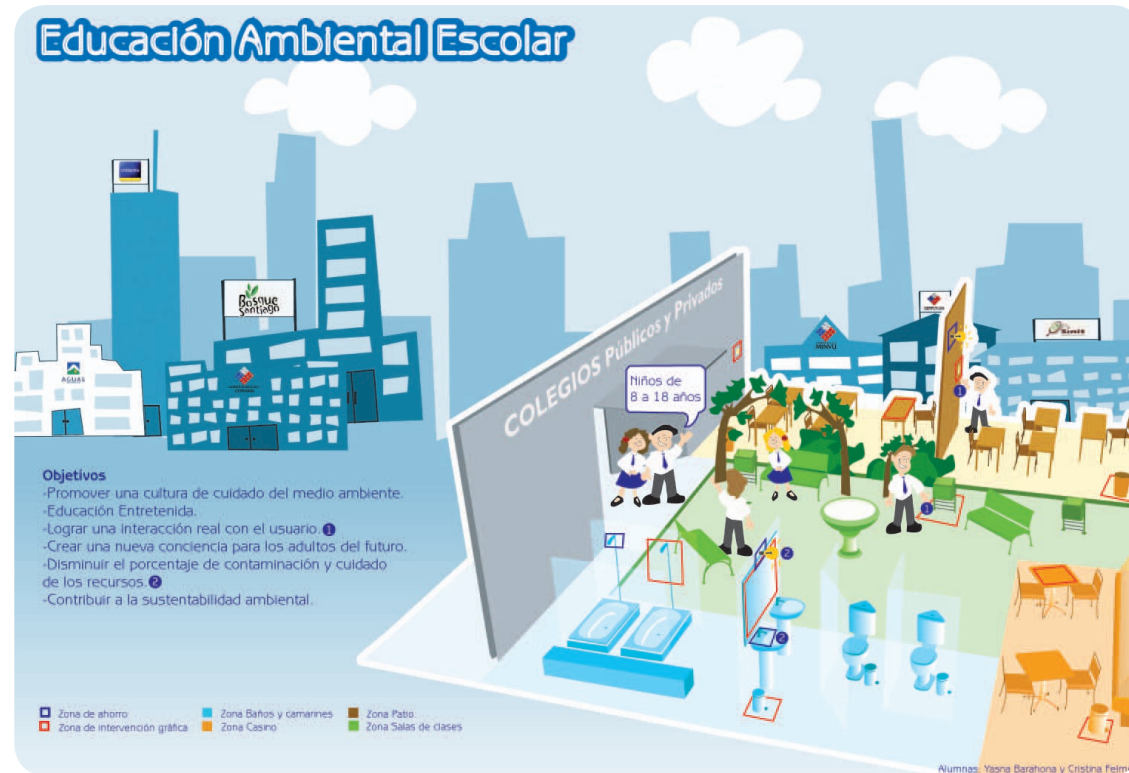
CAPÍTULO 5 DESARROLLO DEL PROYECTO



5.0 PRIMER ACERCAMIENTO AL TEMA

1. Presentación del tema

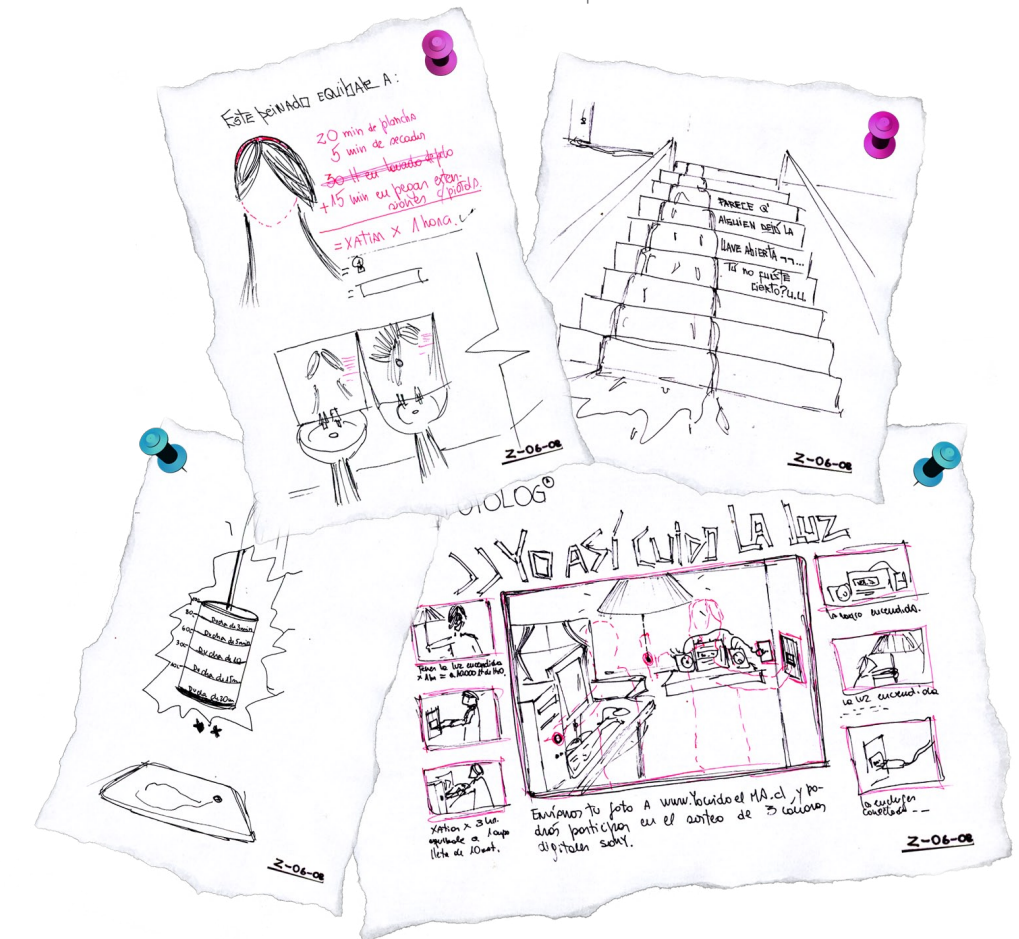
Durante el desarrollo del ramo de Taller de V año (Marzo del 2008) se comenzaron a proponer los primeros acercamientos a los temas y conceptos que se querían abarcar para un futuro proyecto de Título. Nosotras desde un inicio y en forma independiente fuimos coincidiendo en los temas a tratar (cuidado del medio ambiente), lo que nos permitió posteriormente trabajar en conjunto. Como primer pedido se solicitó desarrollar un afiche que reflejara la temática y presentación del problema, acompañado con algún soporte a modo de solución. Luego del impreso se pidió crear una pieza audiovisual que explicara de la forma más clara y precisa todos los pasos y objetivos del proyecto.



2. Primera propuesta

Comenzando a trabajar en conjunto se definieron nuevos objetivos y se tomaron nuevas decisiones dentro del proyecto. Algunas de ellas son:

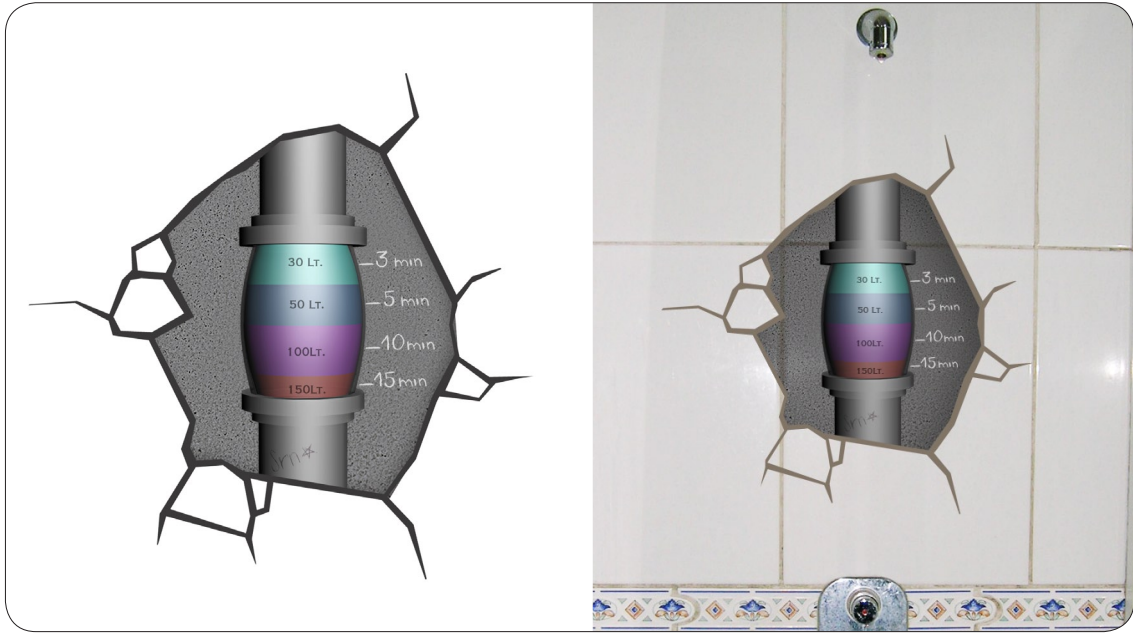
- Contribuir a la sustentabilidad medioambiental.
- Que el proyecto estuviese enfocado al área de la educación.
- Promover en los alumnos una cultura de cuidado del medio ambiente.
- Intervenir diferentes zonas del recinto escolar como soporte del mensaje.



3. Bocetos de la Primera Propuesta

A partir de los conceptos planteados, basado en los estudios que realizamos sobre conductas, códigos y formas de expresión juvenil dentro y fuera del recinto escolar, comenzamos a proponer ideas de acuerdo a nuestro grupo objetivo. De forma paralela pensamos en buscar una forma interactiva e innovadora de transmitir el mensaje, en donde se complemente la intervención de los lugares del colegio, con las conductas y técnicas que adolescentes (primer grupo objetivo propuesto) utilizan en la actualidad.

Fue así como comenzamos a desarrollar las primeras ideas y bocetos de nuestro proyecto.



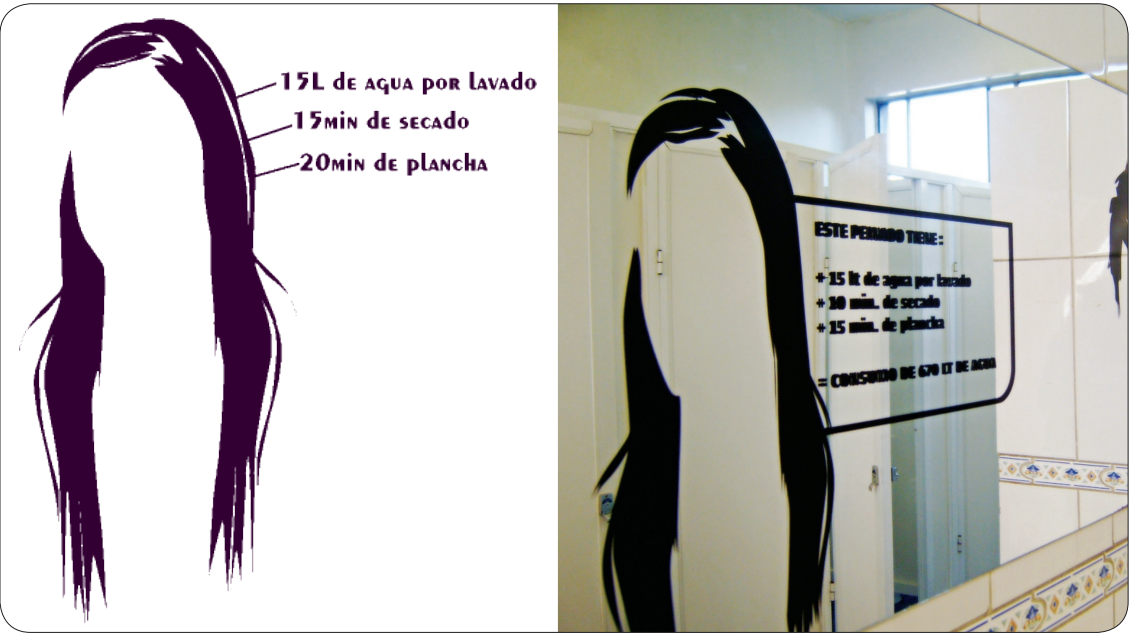
INFOGRAFÍA TUBERÍA
Fecha Junio 2009
Aplicación Primera Propuesta

PEINADOS TRIBUS URBANAS
Fecha Junio 2009
Aplicación Primera Propuesta

5.1 APLICACIÓN DE LA PRIMERA PROPUESTA

1. Infografía Tubería

Tomando en cuenta que los baños son los lugares más frecuentados por los alumnos y alumnas del colegio, se planteó la propuesta de desarrollar una Tubería, que consistía en una infografía de tubería que señala la cantidad de litros utilizados versus los minutos en una ducha. Lo que pretende, es crear conciencia del cuidado del agua en los adolescentes, quienes utilizan las duchas de la escuela.



2. Peinados Tribus Urbanas

La segunda aplicación que desarrollamos consistía en trazados de los peinados más comunes que usan las diferentes tribus urbanas. El objetivo era informar la cantidad de recursos que gastan los niños y niñas consumiendo energía y agua utilizados para su estética. Quisimos crear conciencia medioambiental relacionando elementos de la vida diaria. El tratamiento que utilizamos es de trazados vectoriales, que se acerca al lenguaje gráfico, frecuentado por los adolescentes.

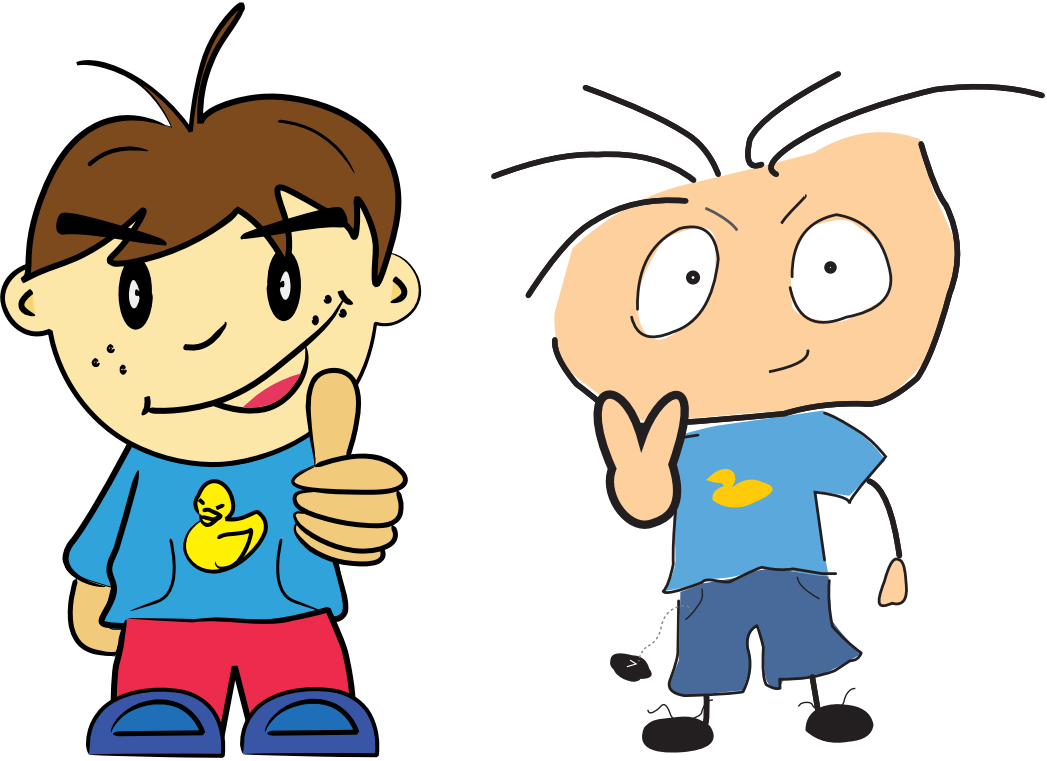


3. Registro Audiovisual

Para finalizar la primera etapa del proyecto, realizamos un video que reflejaba todo el proceso de desarrollo, además tuvimos la posibilidad de montar los primeros prototipos en el Colegio The Kent School para probar su efectividad. Paralelo a esto grabamos una encuesta a niños, adolescentes y docentes, la que nos permitió concluir que existe una falta de conciencia frente a los recursos naturales y que la recepción por parte de los usuarios fue satisfactoria en cuanto a contenido y propuesta gráfica.

VIDEO PRIMERA PROPUESTA
Fecha Julio 2008
Colegio The Kent School

SEGUNDA PROPUESTA
Fecha Marzo 2009
Dos personajes de propuesta



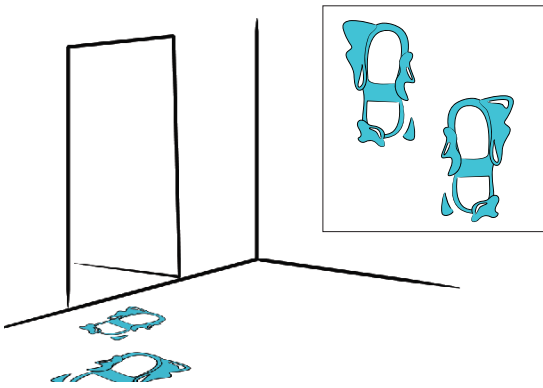
5.2 SEGUNDA PROPUESTA DE DISEÑO

1. Desarrollo de un Personaje

La Segunda Propuesta de Diseño poseía los mismos objetivos generales de la primera, pero esta vez se buscó la posibilidad de insertar un personaje dentro de la campaña, que se identificara con nuestro grupo objetivo. En esta etapa se decidió bajar la edad de nuestro usuario de acuerdo a los estudios pertinentes que realizamos sobre el aprendizaje, quedando en los niños y niñas entre 6 y 11 años.

Propusimos dos estilos gráficos de personaje que tuviesen el siguiente perfil:
NOMBRE: Agustín, derrochín
EDAD: 9 años

Agustín es un chico problemático que le encanta hacer travesuras. Es definido como un preadolescente rebelde, que siempre escapa de los castigos. Su travesura favorita es el mal uso del agua, y le encanta estar mojado.

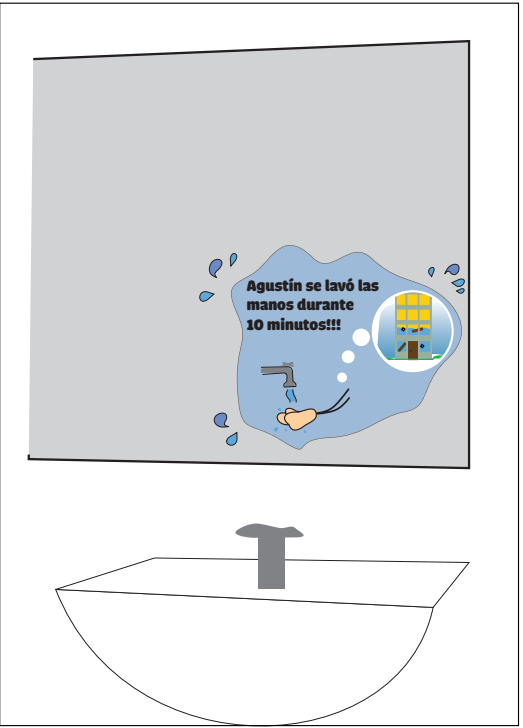
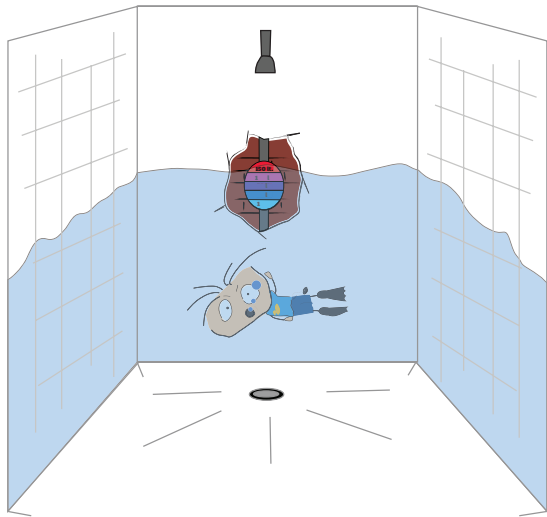


INVITACIÓN PRIMERA ETAPA
Fecha Abril 2009

HUELLAS DEL PERSONAJE
Fecha Abril 2009

[11] CAMPAÑA TYSER
Fecha Abril 2009

APLICACIÓN
Fecha Abril 2009



ETAPA DE APLICACIÓN: A través de diversas intervenciones gráficas aplicadas en zonas del colegio, quisimos generar interacción con el usuario. Esta se basaba en hacer evidente lo que no es correcto, con el fin de que el preadolescente vea en la práctica lo que no se debe hacer.

2. Desarrollo de la campaña
Decidimos desarrollar nuestra campaña a través de tres etapas:

ETAPA INTRODUCTORIA: EL objetivo de la primera etapa es presentar a nuestro personaje y dejar en suspenso su papel dentro del colegio. Campaña Tyser. [11]

Entregar afiches en las salas con el fin de hacer un llamado a los alumnos del colegio, de que un niño vendrá a visitarlos. "Presentar al personaje"

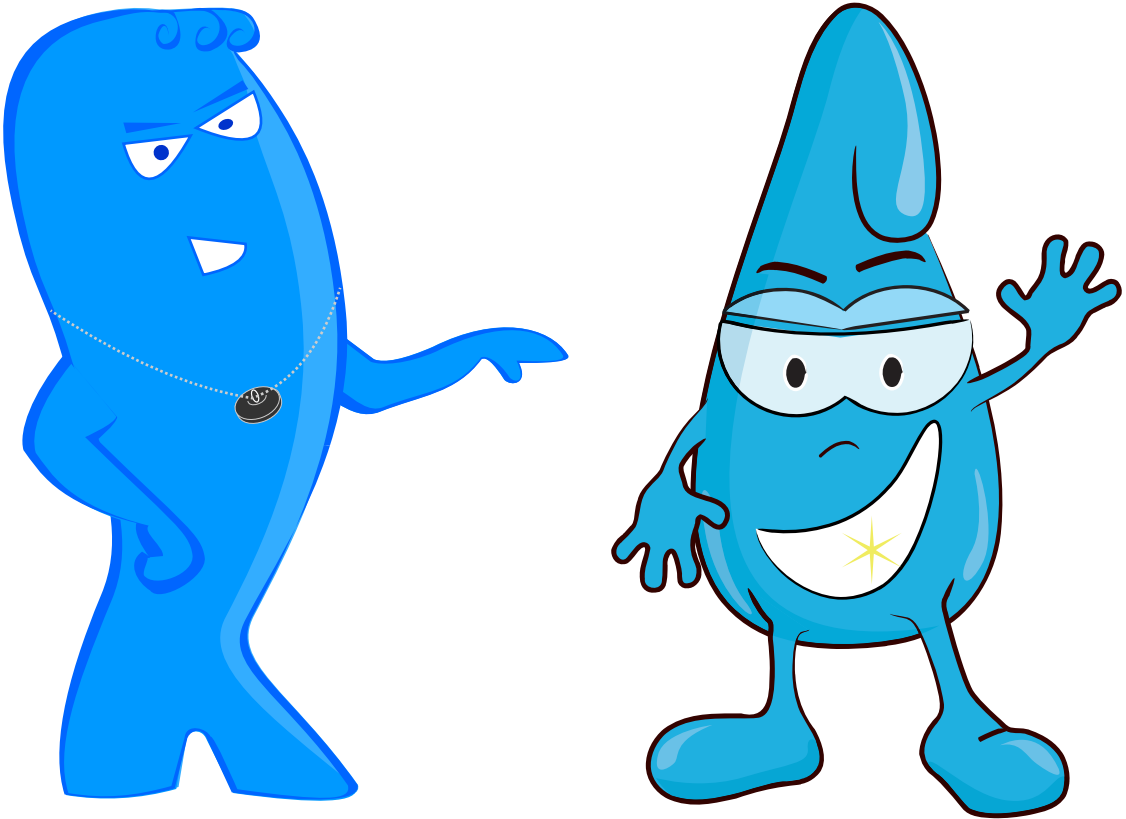
Intervenir los pasillos del colegio cercano a los baños (Huellas de pies mojados)



STICKERS Y CHAPITAS
Fecha Abril 2009

PROPUESTA DE PERSONAJES
3era Propuesta de diseño
Fecha Junio 2009

ETAPA DE TÉRMINO DE LA CAMPAÑA: Para concluir nuestra campaña decidimos buscar una forma que reafirmara nuestro mensaje. Para ello desarrollamos diversas piezas tales como stickers y chapitas. El objetivo de esta etapa es que sea un complemento de la primera etapa de intervención y que los preadolescentes pudiesen llevar este objeto a sus hogares. De esta manera se dejaría un mensaje permanente en las conductas y hábitos de los usuarios.



5.3 TERCERA PROPUESTA DE DISEÑO

A partir de los diferentes estudios de conductas psicológicas de los niños y niñas sumado a los arquetipos de moda, llevamos a cabo el desarrollo de un personaje con un carácter entretenido, rebelde y de forma simple. Estas fueron las dos primeras propuestas formales que desarrollamos relacionadas al concepto de una gota de agua.



FOTOMONTAJES DE LA PROPUESTA
Fecha Junio 2009

PERSONAJE Y SITUACIÓN 1
Fecha Mayo 2009
Tercera propuesta

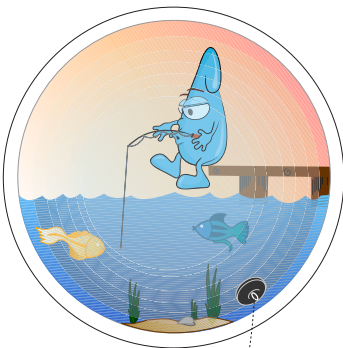
PERSONAJE Y SITUACIÓN 2
Fecha Junio 2009
Tercera propuesta

1. Primera aplicación de la tercera propuesta

Realizamos diferentes aplicaciones en los baños del recinto escolar, con el fin de mostrar diferentes situaciones de los hábitos cotidianos del niño relacionados con el uso del agua.

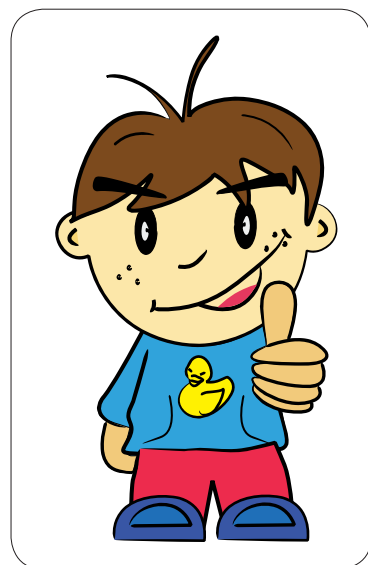
Ejemplo 1: (baño mujeres) La figura del lado izquierdo muestra al personaje galán entregando flores “secas” al usuario femenino, complementándolo con una infografía que reflejara el mal y buen uso del recurso.

Ejemplo 2: (baño hombres) A la derecha hacemos referencia a una cancha de futbol, que se encuentra en buen estado gracias al uso del agua, pero la infografía complementaria muestra la consecuencia de una cancha sin regar.

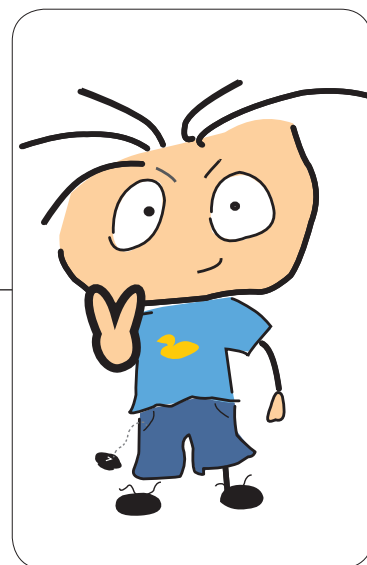


2. Segunda aplicación de la tercera propuesta

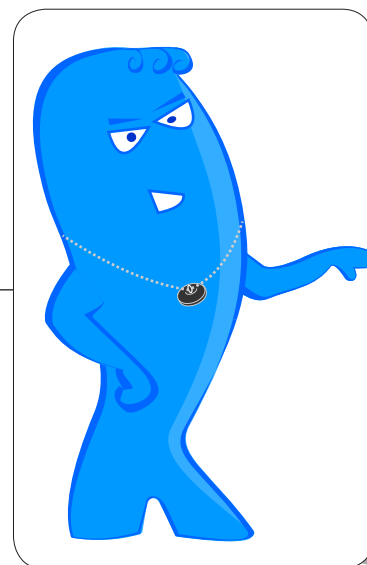
Decidimos enfocarnos en la infografía de la propuesta anterior y reflejar en dos piezas gráficas el mensaje. Generamos un contexto que rodea al personaje para hacer más clara la información hacia el niño o niña. Consiste en una estructura semi-esférica termoformada que contiene en su interior la imagen destacada, permitiendo desarrollar un soporte de características itinerantes, que puede ser trasladado de un lugar a otro.



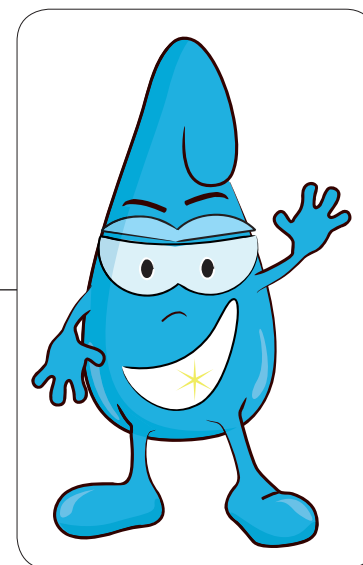
Abril 2009



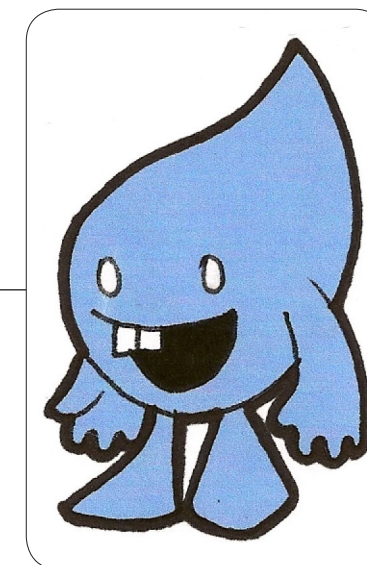
Abril 2009



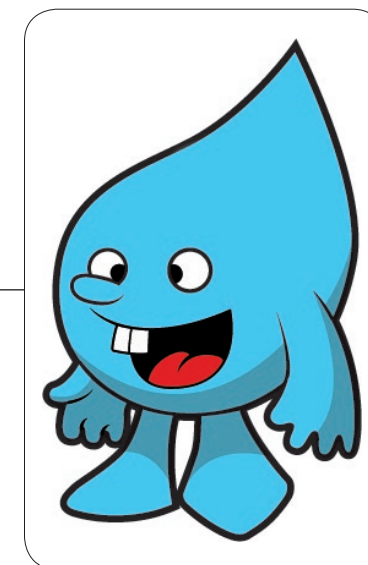
Mayo 2009



Mayo 2009



Junio 2009



Julio 2009

5.4 CRONOLOGÍA DEL PERSONAJE

A lo largo de esta línea del tiempo podemos ver como evolucionó, el prototipo del personaje que escogimos para ser el protagonista de nuestra campaña por el cuidado del agua.

CAPÍTULO 6 DISEÑO DEL PROYECTO

CAPÍTULO 6 DISEÑO DEL PROYECTO

6.0 SITUACIONES Y CONTEXTOS

Luego de los sucesivos procesos desarrollados, y gracias a las dificultades que se nos presentaron a lo largo de éste pudimos mejorar cada vez más nuestro proyecto y logramos enfocarnos en la propuesta final.

Como resultado dimos con un formato innovador, que generará un cambio en la forma de entregar información entretenida y didáctica a niños y niñas de 2° a 6° básico.

A partir de estudios en base a encuestas que realizamos en distintos colegios, rescatamos diferentes situaciones cotidianas de los niños, que ayudarán a que éstos se sientan identificados.

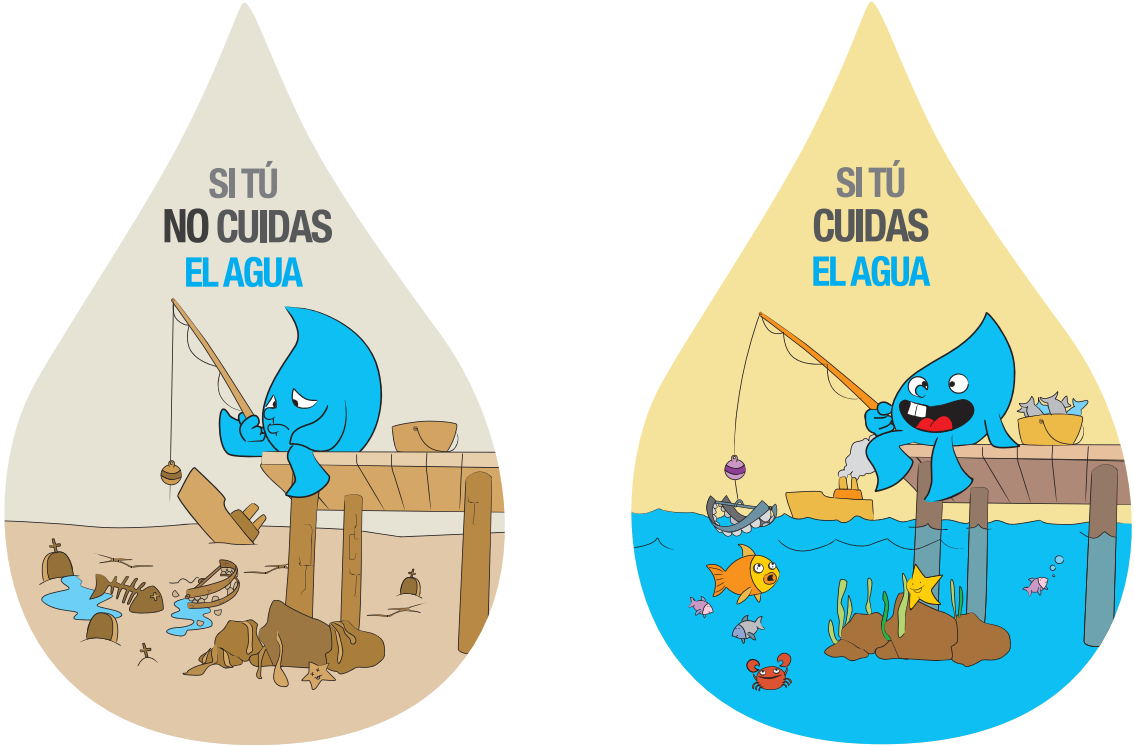
En el proyecto se presentan dos situaciones opuestas (una situación en donde existe agua, y otra donde existe sequía), afectando directamente a todo el contexto del personaje.

Las situaciones van insertas dentro de un soporte de acrílico termoformado con forma de una gota de agua.

El proyecto estará compuesto por 4 situaciones aplicadas en los baños de los colegios (2 en baños de mujeres y 2 en baños de hombres).



Primeros acercamientos de las ilustraciones finales de nuestro proyecto. Gracias a la participación de un talentoso compañero, Paul Escobar, quien nos ayudó en el desarrollo del personaje y dibujos del contexto logramos obtener exactamente lo que queríamos.



I. Situación: Peces

Esta situación consiste en el acto de pescar, donde se ven las diferentes consecuencias que provoca la escasez del agua, afectando principalmente a la vida marina. Esta situación sensibiliza al usuario, esencialmente a las mujeres. Por cierto decidimos enfocarla al usuario femenino.



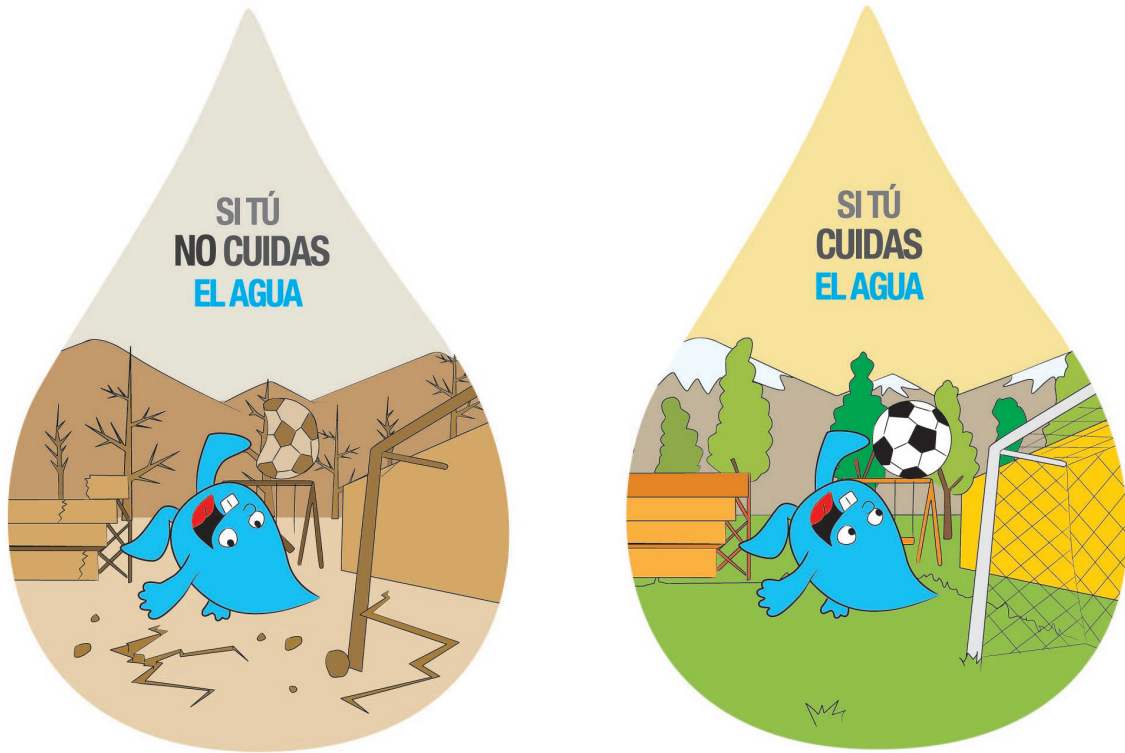
2. Situación: Flores

Esta situación consiste en el acto de regar el jardín, el cual lo realizamos diariamente en primavera y verano. Al igual que la pieza anterior el personaje se ve sensible a la pérdida de la flora terrestre. De esta manera también decidimos enfocar esta situación al usuario femenino, ya que capta mejor este tipo de acciones.



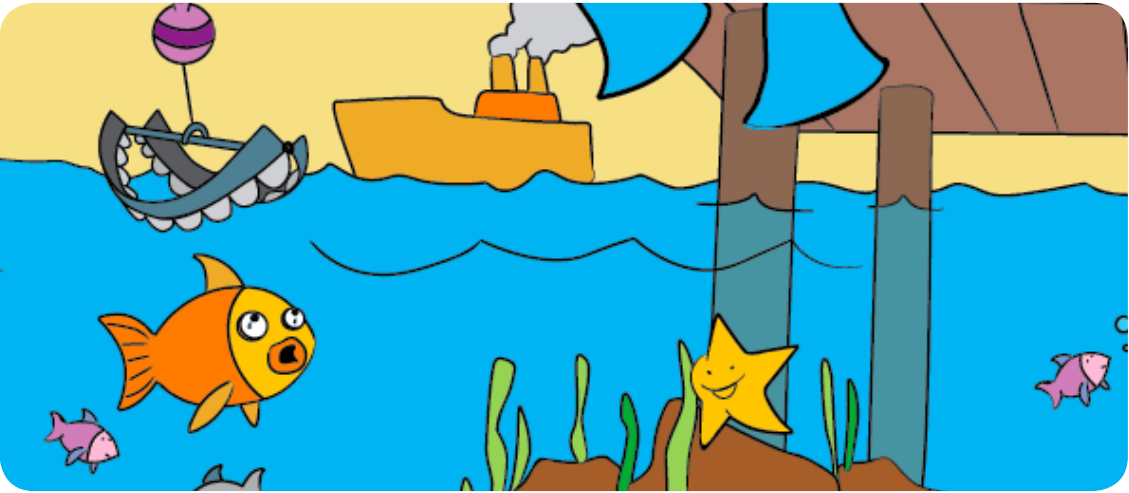
3. Situación: Piscina

Esta pieza consiste en el acto de disfrutar un chapuzón en la piscina, lo que muchos niños y niñas frecuentemente hacen en el verano. La consecuencia de esta situación cae en la falta de entretenimiento al momento de perder este privilegio. De acuerdo a la dinámica del acto decidimos enfocararlo al usuario masculino.



4. Situación: Fútbol

Esta situación consiste en el juego del fútbol, que niños practican desde una temprana edad diariamente. En el se ve la cancha de fútbol directamente afectada por una gran sequía. Los niños logran captar la consecuencia de la falta de recursos hídricos al momento de jugar. Por la marcada tendencia de género en este deporte lo derivamos al usuario masculino.



6.1 GRÁFICA

1. Ilustración y Técnica

El estilo de ilustración que se desarrolló, consiste en formas simples y redondeadas para generar un ambiente amigable hacia el usuario. Se rescató el trazo a mano alzada el cual es más cercano al niño. La técnica utilizada para las ilustraciones está compuesta por trazo vectorial, debido a que genera una composición más clara y limpia a la vista del usuario. Su contorno remarcado y formas cerradas permiten una lectura rápida y directa. En la actualidad es muy común ver diferentes series animadas utilizando este tipo de recurso gráfico, como por ejemplo: Los Padrinos Mágicos, Los Simpsons y Las Chicas Super Poderosas.

Glu



Situación 1 “Si tu cuidas el agua”



Situación 2 “Si tu no cuidas el agua”



2. Color

La paleta de colores que utilizamos consiste en colores sólidos y básicos, ya que son de mayor reconocimiento del niño. No utilizamos degradados ni transparencias para mantener la limpieza y claridad del dibujo. El color del personaje que escogimos fue un 70% de cyan, ya que Glu es una gota y debía tener un color representativo del agua, además de un color básico para que niños y niñas recuerden fácilmente. Dentro del proyecto se presentan dos situaciones, la primera corresponde a un mundo lleno de vida, que por lo tanto representamos con colores fuertes, reflejando un mundo de alegría. La segunda pieza corresponde a la situación opuesta, por lo que se ve representada por colores ocres dentro de una misma gama, de esta manera se refleja un mundo sin vida y seco, por el escaso recurso del agua.

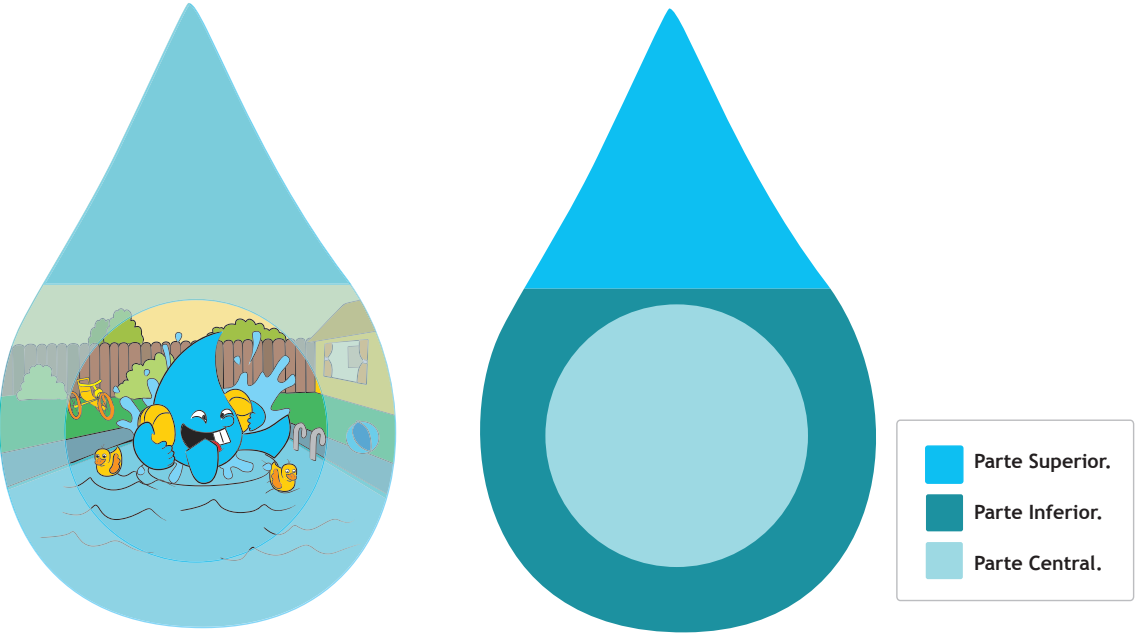


Univers 67 Bold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

3. Tipografía

El mensaje transmite una información directa y concreta, por lo tanto decidimos utilizar una tipografía sin serif que permite mayor legibilidad. Escogimos la tipografía Univers, pues gracias a su condesación permite adecuarnos al formato. Por otro lado se decidió jugar con las tonalidades de la tipografía para dar más carácter al mensaje.



4. Composición

De acuerdo a la propuesta formal desarrollada en una gota, la composición de la gráfica está estructurada de la siguiente manera:

- Parte Superior: Se ubica el mensaje de la campaña.
- Parte Central: Se presenta la situación principal del contexto.
- Parte Inferior: Contexto que complementa la situación principal.



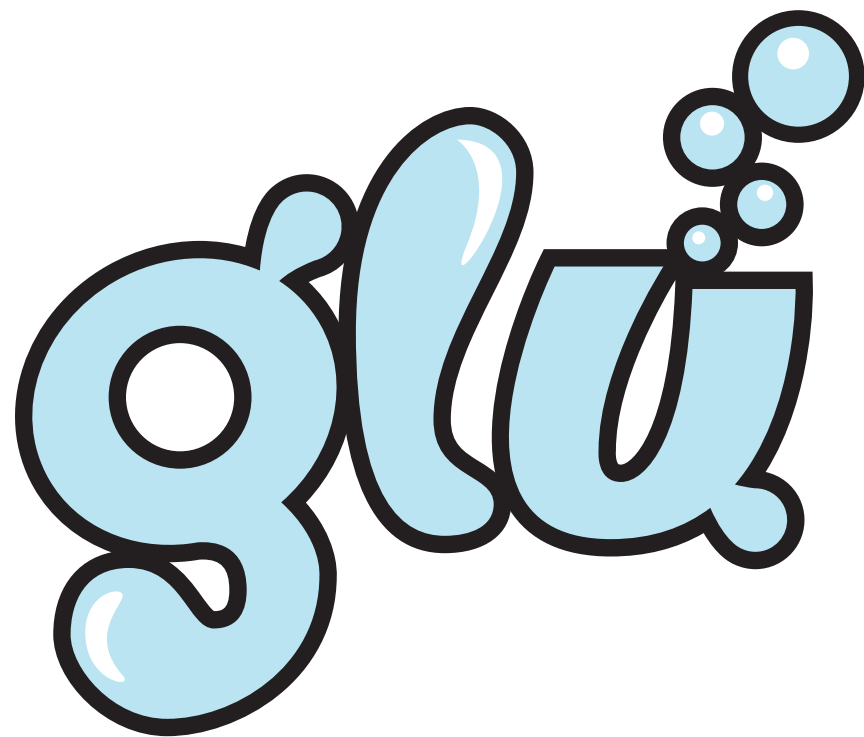
6.2 LOGO: IMÁGEN DE LA CAMPAÑA

1.Nombre del personaje

Mientras más breve es el nombre del personaje más fácil sería de recordar. Según la abstracción fonética de una gota o burbuja de agua, consideramos que la palabra “Glu” complementa directamente el sentido de la campaña. Por lo que nombramos al personaje con el nombre de GLU.

2. Forma

La forma tipográfica de Glu fue creada a partir del concepto básico del agua. La forma tipográfica posee los mismos estilos gráficos que el resto de las piezas, lo que nos permite generar un línea gráfica dentro de la campaña. El diálogo con los niños y niñas nos ayudó a crear y definir la forma del personaje. Glu tiene características de humano y además posee formas amorfas y exageradas. Su marcada gestualidad, complementada al contexto, facilita entregar un mensaje claro y directo al usuario.



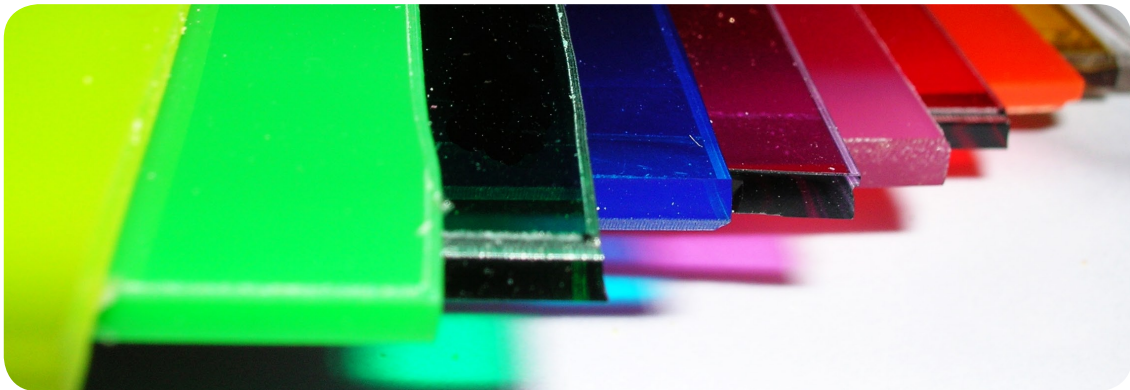
3. Color

El color asignado a la tipografía de “glu” fue un matiz del cyan y un borde negro, para dar mayor protagonismo y generar fuerza en la lectura.

4. Tipografía

La tipografía del logo fue creada especialmente para Glu, siguiendo el estilo y trazos de las ilustraciones. Realizamos diferentes bocetos, hasta llegar a una forma redondeada y acuosa complementada con el color y brillos característicos del agua. En su desarrollo agradecemos la colaboración de Paul Escobar.

TIPOGRAFÍA DE LA CAMPAÑA
Fecha: Julio 2009
Colaboración de Paul Escobar



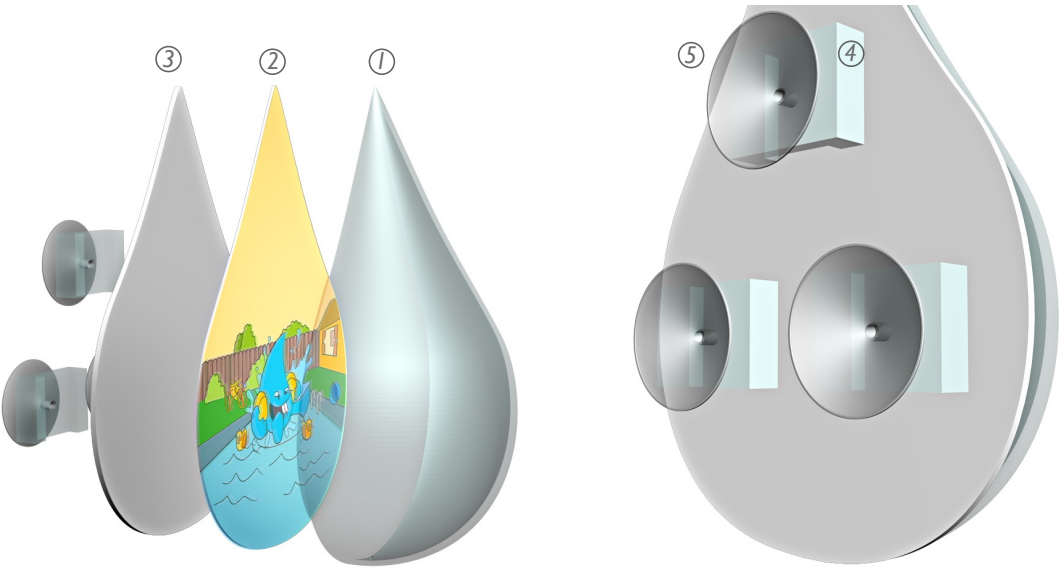
6.3 SOPORTE Y PIEZAS

1. Materialidad

Manteniendo las características del agua buscamos un material que lo representara. La transparencia era una propiedad esencial para lograr los resultados esperados. Dentro de las posibilidades se encontraba el Acrílico, pues aparte de su transparencia, nos entrega durabilidad y seguridad por daños externos. Su composición nos permitió moldear la forma de gota y termoformar su volumen, generando un soporte más didáctico y llamativo para el usuario.

2. Forma

Desarrollamos dos propuestas formales para resolver el soporte, en un comienzo se pensó en una forma circular simulando burbujas de agua, pero decidimos llegar a una forma más concreta y literal que transmitiera directamente el mensaje: una GOTA de agua.



3. Mecanismo y armado

De acuerdo a las características del baño, ideamos un mecanismo especial para superficies de vidrio y cerámica. Está formada por cinco piezas:

- ① Acrílico termoformado.
- ② Pieza gráfica
- ③ Placa de acrílico
- ④ Soporte ventosa
- ⑤ Ventosa

DESPIECE DE PROTOTIPO FINAL
Fecha Julio 2009



4. Piezas y Aplicación

Tomando en cuenta las características itinerantes del proyecto, los prototipos se disponen de acuerdo a la infraestructura del recinto escolar. La aplicación de los prototipos se realiza a una altura aproximada de 1.80cm, una medida que permite estar fuera del alcance de los niños y a una altura adecuada para permitirles la visión. Su mecanismo de ventosas se adapta sobre superficies de vidrio, espejos o baldosas. Los prototipos de las marcas, colaboradores y patrocinadores, poseen el mismo mecanismo, pero en una forma circular y de menor tamaño. Según la infraestructura, estas se ubicarán en un lugar estratégico presentando la campaña.

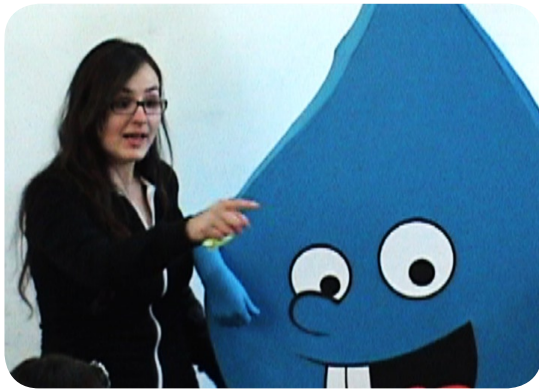
6.4 APLICACIÓN REAL

Consideramos que es muy importante ver la aplicación real del montaje, es decir testear la campaña para poder tener conclusiones certeras. Era necesario probar la funcionalidad de los prototipos, su resistencia en cuanto a materialidad y, lo más relevante observar el comportamiento de nuestro público objetivo frente a la campaña.

1. Aplicación en el colegio The Kent School

Para realizar la aplicación tuvimos la oportunidad de visitar The Kent School, donde nos reunimos con la directora del recinto, Miss Adela Tarragó, quién nos recibió amablemente. Luego de mostrarle el proyecto aceptó la idea de realizar la aplicación durante un día, a modo de prueba.

Para comenzar la aplicación del proyecto, decidimos realizar una breve charla para cada curso, (2° a 6° básico) con el fin de dar a conocer la importancia del agua para nuestro planeta, su situación actual y cómo podemos cuidarla. Para ello se creó un disfraz del personaje Glu, quien junto a un monitor les presenta esta nueva campaña y los invitan a participar y conocer los prototipos. Una vez dada la charla, los niños(as) ya están informados y saben acerca de las aplicaciones montadas en los baños.



APLICACIÓN COLEGIO THE KENT SCHOOL
5° año Básico
Fecha Agosto 2009

APLICACIÓN PROYECTO
Fecha Agosto 2009
Colegio The Kent School



Ya montados los prototipos en los baños pudimos analizar con certeza los resultados de la aplicación. Observamos los diferentes comportamientos de los niños y niñas que ingresaban a los baños los cuales reaccionaban satisfactoriamente frente al montaje.

2. Resultados de la aplicación

La oportunidad que tuvimos de realizar esta aplicación real fue muy fructuosa, ya que los resultados que obtuvimos fueron todos positivos. Con respecto al material de los prototipos, funcionaron en perfectas condiciones. El sistema de ventosas se man-

tuvo intactas y en óptimas condiciones hasta el termino de la jornada. Por otro lado la recepción de los alumnos(as) fue muy buena y mejor de lo esperada. Durante las charla los niños y niñas se mostraron muy interesados y cautivados en cuanto vieron al personaje, se sintieron motivados y comprometidos con el mensaje de la campaña. Al ver los prototipos en los baños se sentían muy identificados con las situaciones en las que se encontraba el personaje, ya que son contextos los cuales ellos también viven.

CAPÍTULO 7 GESTIÓN Y VIABILIDAD

CAPÍTULO 7 GESTIÓN Y VIABILIDAD

7.0 PLAN ESTRATÉGICO

1. Plan de desarrollo

EL plan de desarrollo para el proyecto se verá inscrito en las siguientes etapas:

ETAPA 1 - Charlas Colegios
Se realizarán charlas en cada curso para que los niños y niñas conozcan la campaña por el cuidado del agua. En la charla se presentará al personaje Glu junto a un monitor, quien explicará acerca de la campaña y lo importante que es el agua para la vida.

ETAPA 2 - Aplicación de las piezas
Se instalarán 4 piezas de la campaña por baño (4 para baños de mujeres y 4 para baños de hombres). Además se colocarán 3 piezas con la imagen de la campaña, colaboradores y patrocinadores.

El plan de desarrollo esta pensado para ser aplicado trimestralmente en donde se obtendrán las siguientes posibilidades:

DURACIÓN	CICLOS	COLEGIOS	CHARLAS	BENEFICIADOS
3 meses	2° a 6° basico	12 establecimientos	120	3.600 niños y niñas

2. Costos del proyecto

Los costos están establecidos a partir del programa desarrollado para la campaña. Este posee una duración de 3 meses, aplicado cada 15 días por colegio, en donde se visitan 4 colegios por mes. La totalidad de alumnos beneficiados es de 3.600 niños y niñas aproximadamente.

Todos los valores son al detalle con IVA incluido

Prototipo Gota por unidad:

Acrílico plano:	\$1.800
Acrílico Termoformado:	\$3.200
Impresión Pieza Gráfica:	\$600
Soportes Ventosas:	\$800 (2 unidades)
Ventosa:	\$600 (2 unidades)

Total:	\$7.000
--------	---------

Set total de gotas:	8
Valor unidad prototipo	\$7.000

Total Prototipos :	\$56.000
--------------------	----------

La duración de la campaña por colegio es de 15 días, por lo tanto se requieren de 2 sets de gotas para poder aplicar

la campaña en 4 colegios por mes.

Set de gotas campaña:	2 (16 prototipos)
Total Prototipos campaña:	\$112.000

Prototipo Marca y Colaboradores por unidad:

Acrílico Plano:	\$800
Impresión Pieza Gráfica:	\$200
Autoadhesivo:	\$400
Soporte Ventosa:	\$400
Ventosa:	\$200

Total:	\$2.000
--------	---------

Set Prototipos Marcas:	6
Valor Unidad Prototipo:	\$2.000
Total Prototipos	\$12.000

Se requieren de 2 set de marcas para poder aplicar a 4 colegios por mes.

Set de marcas campaña:	2 (12 prototipos)
------------------------	---------------------

Total Prototipos campaña:	\$24.000
---------------------------	----------

Disfraz Personaje

Materiales:	\$10.000
Fabricación:	\$10.000

Total:	\$20.000
--------	----------

Se requieren de 1 disfraz, este posee durabilidad para toda la campaña.

En Caso de Daños Prototipos

Valor Estimado campaña:	\$35.000
-------------------------	----------

Monitor Personaje

Valor mensual:	\$30.000
----------------	----------

Total campaña:	\$90.000
----------------	----------

El Monitor trabajará por un período de 3 meses asistiendo a 12 colegios.

Material de entrega charlas

Stickers valor mensual:	\$10.000
-------------------------	----------

Stickers total campaña:	\$ 30.000
-------------------------	-----------

Traslados

Transporte mensual:	\$30.000
---------------------	----------

Transporte campaña:	\$90.000
---------------------	----------

Utilidad Oficina

Como oficina y encargadas del proyecto nos preocupamos de los siguientes puntos :

- Idea y Desarrollo del proyecto
- Aplicación y Gestión en los Colegios
- Presentaciones Charlas
- Montajes y Desmontajes

Valor Mensual:	\$700.000
----------------	-----------

Valor total campaña:	\$2.100.000
----------------------	-------------

TOTAL PROYECTO (Trimestral)

COSTOS FIJOS	
Prototipos Gotas:	\$112.000
Prototipos Marcas:	\$24.000
Disfraz:	\$20.000
Monitor personaje:	\$90.000
Utilidad Oficina:	\$2.100.000

Total Costos Fijos:	\$2.346.000
---------------------	-------------

COSTOS VARIABLES	
En caso de Daños:	\$35.000
Material de Entrega:	\$30.000
Traslados:	\$90.000

Total Costos Variables:	\$155.000
-------------------------	-----------

COSTOS TOTALES:
\$2.501.000

7.1 CARTA GANTT

Cronograma del Proyecto
Desarrollo Trimestral - Cada 15 días se trabajará en dos colegios en forma paralela.
Día nº 1: Charlas y Montajes
Día nº 15: Desmontajes

Para trabajar en dos colegios paralelos se requiere de dos set de montajes para toda la campaña los cuales son de carácter ITINERANTE.

- Set 1

●

Set 2
- Cada set contiene 8 gotas de acrílico y 6 prototipos de Marca divididos para baños de niñas y baños de niños.

Actividades niños de 2° a 6° basico	1° mes		2° mes		3°mes	
	15 Días	15 Días	15 Días	15 Días	15 Días	15 Días
1. Colegio zona norte	● Set 1					
2. Colegio zona norte	● Set 2					
3. Colegio zona norte		● Set 1				
4. Colegio zona norte		● Set 2				
5. Colegio zona sur			● Set 1			
6. Colegio zona sur			● Set 2			
7. Colegio zona sur				● Set 1		
8. Colegio zona sur				● Set 2		
9. Colegio zona poniente					● Set 1	
10. Colegio zona poniente					● Set 2	
11. Colegio zona oriente						● Set 1
12. Colegio zona oriente						● Set 2

El proyecto se presenta ha alrededor de 300 alumnos correspondiente al ciclo de 2° a 6° básico. Por lo tanto la totalidad de la campaña abarca a un número de 3.600 niños y niñas beneficiadas.

7.2 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Consideramos que el proyecto tiene grandes posibilidades de implementarse a nivel profesional, ya que es un tema que compromete la responsabilidad social y educacional de las empresas. Por otro lado su temática se encuentra altamente vigente a nivel mundial.

Aplicar el proyecto en forma piloto, nos permitió un primer acercamiento para conocer una opinión verdadera sobre el desempeño de la campaña.

1. Colegio The Kent School

The Kent School nos dió la posibilidad de testear el proyecto en forma profesional y nos entregó su evaluación a cargo del Inspector General del colegio René Müller, algunas de sus palabras fueron:

“...me permito expresar que el proyecto en general me pareció muy conveniente desde el punto de vista formativo por estar ajustado a los intereses de los alumnos, por su carácter innovador y creativo...” [12]

Gracias a la aplicación real del proyecto hemos tenido la oportunidad de contactarnos con algunas empresas y asociaciones que se han visto altamente interesadas por el proyecto. Es así como actualmente nos encontramos en conversaciones tentativas de financiamiento para desarrollar la campaña profesionalmente.



[12] RENÉ MÜLLER, INSPECTOR GENERAL
Fecha Agosto 2009
Colegio The Kent School



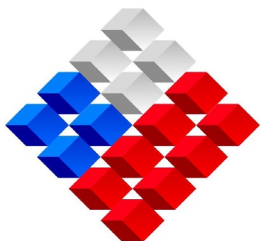
2. Aguas Andinas

Fue fundada en 1861 conocida como la Empresa Metropolitana de Obras Sanitarias (EMOS). En 2001 pasó a llamarse Aguas Andinas S.A. Es una empresa sanitaria dedicada a la gestión integral del Ciclo del Agua en beneficio de las personas y el medio ambiente. Provee de agua potable y presta servicios de recolección y tratamientos de aguas servidas a los habitantes de la Cuenca de Santiago.

Consideramos que nuestro proyecto es beneficioso para Aguas Andinas, pues dentro de su misión de empresa se encuentra generar cercanía con la comunidad, en donde educar y sensibilizar a los habitantes de la Cuenca de Santiago sobre la importancia y cuidado del agua esta campaña ayuda a la generación de lazos de confianza y responsabilidad social frente a la comunidad.

Cada año la empresa sanitaria colabora con diferentes programas que se relacionan a los objetivos de nuestro proyecto. Es por ello que para de una presentación formal de la campaña nos dirigimos al departamento de Responsabilidad Social de Aguas Andinas. Verónica Díaz, encargada del área nos entregó la siguiente evaluación: “...El proyecto es de gran interés para la empresa, será ingresado a evaluación con desarrollo para el año 2010, ya que el presupuesto para el 2009 se encuentra actualmente comprometido...” [13]

[13] VERÓNICA DÍAZ, ÁREA RESPONSABILIDAD SOCIAL
Fecha Agosto 2009
Aguas Andina



GOBIERNO DE CHILE
CONAMA

Consideramos que es muy importante contar con el apoyo de patrocinadores, ya que estos nos entrega respaldo y confianza. “Se define como patrocinio a un acuerdo para intercambiar publicidad a cambio de asumir la responsabilidad de apoyar un evento popular o entidad.” [13]

3. CONAMA (Comisión Nacional del Medio Ambiente)-

La CONAMA, es un servicio público, funcionalmente descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cuyas funciones más relevantes se refieren a proponer políticas ambientales.

Dentro de sus programas existen los siguiente puntos que se adecuan al perfil que necesitamos.

- Financiar proyectos y actividades orientados a la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental.

- Evaluación de impacto ambiental a nivel nacional.
 - Colaborar en la preparación, aprobación y desarrollo de programas de de educación y difusión ambiental.
- Luego de ser presentado el proyecto, nos felicitaron por su gestión y actualmente estamos en proceso de formalización de patrocinio a nombre del Director Ejecutivo don Álvaro Sapag Rajevic.

[13] FUENTES CONTENIDO
Fecha de visita Agosto 2009
www.monografias.com



5. SISS (Superintendencia de Servicios Sanitarios)

La SISS analiza, califica y gestiona las normas de concesiones de servicios sanitarios en nuestro país. Además de fiscalizar, se preocupa de la correcta difusión y educación del quehacer sanitario. La Superintendencia ha desarrollado una serie de programas y talleres dirigidos a la ciudadanía en distintos sectores del país.

A partir de su misión y visión, decidimos solicitarles su patrocinio, encontrándose en proceso de evaluación a nombre de Gonzalo Araena, jefe del área de Estudios.

4. Greenpeace

Nació en 1971. Es una organización ecologista y pacifista internacional, económica y políticamente independiente, que no acepta donaciones ni presiones de gobiernos, partidos políticos o empresas. Su objetivo es proteger y defender el medio ambiente y la paz, interviniendo en diferentes puntos del Planeta donde se cometen atentados contra la Naturaleza. Greenpeace lleva a cabo campañas para detener el cambio climático, proteger la biodiversidad, acabar con el uso de la energía nuclear y de las armas y fomentar la paz.

La financiación para llevar a cabo las campañas depende exclusivamente de las aportaciones voluntarias de socios y simpatizantes. En la actualidad Greenpeace cuenta con cerca de tres millones de asociados en todo el mundo.

Estamos esperando respuesta de Greenpeace para tener la posibilidad de contar con ellos como patrocinadores de nuestro proyecto.



7.3 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Para darnos a conocer frente a las diferentes empresas y asociaciones, nos presentamos como oficina de Diseño bajo el nombre de DUO DISEÑO, para reflejar mayor profesionalismo en nuestro proyecto propuesto. Desarrollamos una clara y precisa presentación como primer acercamiento hacia nuestros clientes, para luego tener un contacto más directo y así poder gestionar posibles reuniones.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
Fecha Agosto 2009

7.4 CONCLUSIÓN

Cuando comenzamos nuestro proyecto, lo pensamos motivadas en problemas que afectaran a las personas a nivel social. Fue así como quisimos abordar un tema de necesidad mundial muy vigente. La escasez de agua es cada vez más alarmante y generar proyectos que aporten a su beneficio son de gran valor para la sociedad.

Para desarrollar un proyecto de diseño nos dimos cuenta que se requiere de una ardua investigación que conlleve diferentes ajustes del conocimiento, que en este caso se relacionan a la psicología, comunicación, pedagogía, historia, estadísticas, entre otros.

Podemos rescatar que para generar proyectos profesionales se requiere de un trabajo multidisciplinario para obtener resultados óptimos.

De todas las propuestas que desarrollamos se obtuvieron diferentes conceptos hasta llegar a la propuesta final que cumpliera con todos nuestros objetivos principales. Sin embargo a lo largo del desarrollo de nuestro proyecto, enfrentamos diferentes obstáculos que nos mantuvieron siempre atentas y dispuestas a resolver. Durante todo el proceso nos dimos cuenta que el error es el mejor recurso para aprender.

Consideramos que llegamos a una solución creativa e innovadora. Nos dimos cuenta a partir de esta misma solución que se pueden generar un abanico de posibilidades y formatos que pueden ser derivados a distintos contextos.

Lograr desarrollar la aplicación real fue de gran satisfacción y beneficio personal y profesional, ya que pudimos llegar a resultados concretos y no sólo a ideas y planes. La efectividad de la aplicación nos permitió obtener una muy buena recepción de parte de los niños quienes participaron de las charlas y montaje de la campaña. Consideramos que los objetivos se vieron plenamente cumplidos con respecto al mensaje que se entregó.

Para nosotros fue un gran desafío presentar nuestro proyecto a nivel profesional, ya que el contacto directo con los clientes nos aportó mayor seguridad al momento de recibir sus opiniones y recepciones. De esta manera podemos afirmar que nuestro proyecto cumple con todas las características necesarias para catalogarse de un muy buen nivel profesional.

Estamos muy conformes con el camino que hemos recorrido y muy confiadas de los resultados que obtuvimos.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS, TESIS Y DOCUMENTOS

UNESCO

Carlos Fernández Jáuregui. Chile, Santiago Página 1

EL DESARROLLO DEL NIÑO

Bee Helen, Mexico : Harla 1978. Pagina 359

TEORÍAS DEL APRENDISAJE

Diane E. Papalia, Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia, Novena Edición. Página 205-206

CHILE SUSTENTABLE

Bee Helen, Mexico : Harla 1978. Pagina 359

ENCICLOPEDIA ILUSTRADA AMBIENTAL

Bee Helen, Mexico : Harla 1978. Pagina 359

TESIS, CUIDEMOS LA ENERGÍA

Maria José Quintana, Escuela de Diseño PUC, Santiago 2007

DIARIO LAS ÚLTIMAS NOTICIAS

Kathia Alegria El boom de los gogos. Chile, Santiago. Mayo 2009. Pagina 10

DIARIO EL MERCURIO

Pamela Carrasco, El humor como herramienta pedagógica. Chile, Santiago. Enero 2009. Pagina 23

LAUGH AND LEARN

Tamblyn, Doni, Nueva York : Amacom 2003, Página 84

OBJETIVOS FUNDAMENTALES Y CONTENIDOS MÍNIMOS OBLIGATORIOS DE LA EDUCACIÓN BÁSICA

Ministerio de Educación, República de Chile, Noviembre de 2002

SITIOS WEB

ARMADA DE CHILE

www.directemar.cl/spmaa/Estudiantes/tareas/agua_mar/agua_mar.html

CHILE ECOLÓGICO

www.chilecologico.cl/category/represas

CICLO DEL AGUA

www.icarito.cl

CALIDAD DE LA EDUCACIÓN

www.navarro.cl/educacion/docs_comision/Educacion_General/descripcion_sistema_educativo_mineduc_sesion_17.01.07.doc

GRUPOS SOCIOECONÓMICOS

www.corpa.cl/doc/Descripcion%20GSE%20Chile%202006.pdf

EL HUMOR

www.pedablogia.wordpress.com

UNESCO

www.grupoeducativa.cl/que_es_educ_amb.htm

AHORRA AHORA

www.ahorraahora.cl

FLUVI Y EL CICLO DEL AGUA

www.expozaragoza2008.es/juegofluvi

CHISPITA

www.chilectra.cl

CAMBIO CLIMÁTICO

www.NRDC.org

CAMPAÑA CUIDEMOS EL AGUA

www.webpolosur.cl/agua/

CAMPAÑA CUIDA EL AGUA, CUIDA LA VIDA

www.wwf.es

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2007

AGUAS ANDINAS

http://www.aguasandinas.cl

THE KENT SCHOOL

www.kentschool.cl

IMPORTANCIA ENCUESTAS

www.es.masterbase.com/solucion/claves/tipos_campanas.asp

PERSONAJES CAMPAÑAS

www.canalpretoriano.blogspot.com/mascotas.jpg

ENTREVISTAS

TRIBUS URBANAS

Comportamientos, soportes y formas de expresión.
Colegio Manuel de Salas

CÓDIGOS Y SOPORTES COMUNICACIONALES

Medios, técnicas y recursos.
Colegio Manuel de Salas

ENTRETENCIÓN

Formas y tipos de entretención, usos y enseñanzas.
Colegio The Kent School

PERSONAJES

Perfiles, características psicológicas y físicas .
Colegio The Kent School

IMÁGENES

REGISTRO DE IMÁGENES DE AUTOR

Colegios

STOCK.XCHNG

www.sxc.hu/

GOOGLE IMAGES

www.images.google.com

FLICKR, PHOTO SHARING

www.flickr.com



**Campaña Educativa
POR EL CUIDADO DEL AGUA**



**PROYECTO
DE TÍTULO**

Facultad de Comunicación y Diseño
Universidad Mayor