



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciado en
Diseño Gráfico Publicitario

**“El diseño editorial como herramienta para la implementación de
medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas
urbanas de la ciudad de Ambato”**

Autor: Curay Pérez, Christian Alexander

Tutor: Mg. Ruíz Pérez, Christian Gabriel

AMBATO - ECUADOR
Septiembre, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema: **“El diseño editorial como herramienta para la implementación de medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato”** del alumno Christian Alexander Curay Pérez, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, septiembre de 2022

EL TUTOR



Mg. Ruíz Pérez, Christian Gabriel

C.C.:180280732-9

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico “**El diseño editorial como herramienta para la implementación de medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, septiembre de 2022

EL AUTOR



.....
Christian Alexander Curay Pérez

C.C.: 1805109491

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto Técnico o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Técnico, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, septiembre de 2022

EL AUTOR



.....
Christian Alexander Curay Pérez

C.C.: 1805109491

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **“El diseño editorial como herramienta para la implementación de medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato”** de Christian Alexander Curay Pérez, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, septiembre de 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*El presente proyecto lo dedico **A MI MADRE** y **MI ABUELA**, quienes a pesar de toda adversidad me apoyaron y soportaron mi carácter, me guiaron a ser una mejor persona cada día, a todas las personas que me han apoyado a lo largo de este camino académico, todos aquellos que con su cariño y paciencia acompañaron y aportaron a mi formación personal hasta este momento, a mis amigos que dentro de las aulas se convirtieron en mi segunda familia con los que disfrute trabajar lado a lado, sobre todo a mi familia que me crio y que con su enorme apoyo y amor en épocas difíciles siempre supieron cómo sacarme de esos momentos.*

AGRADECIMIENTO

A mí mismo por no haberse dado por vencido a cada dificultad que se presentaba, a mi madre y mi abuela que me apoyaron para llegar hasta este momento, a mis amigos por su apoyo y risas dentro de las aulas y demostrarme que el trabajo equipo es mejor. A todas esas personas que dentro de la academia supieron guiar mi camino e instruyeron mi carrera. Gracias

“La peor lucha es la que no se hace”

Karl Marx

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes	2
1.1.Tema.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.2.1. Contextualización (Macro, Meso, Micro).....	2
1.2.2. Árbol de problemas.....	8
1.3. Justificación.....	9
1.4. Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo general.....	11
1.4.2. Objetivos específicos	11

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2. Marco referencial	12
2.1. Antecedentes de la investigación (<i>Estado del Arte</i>).....	12
2.2. Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica, Filosófica).....	16
2.2.1. Fundamentación Legal	16
2.2.2. Fundamentación Axiológica	17
2.2.3. Fundamentación Ontológica	18
2.2.4. Fundamentación Filosófica	19
2.3. Categorías fundamentales.	21
2.4. Redes conceptuales.	22
2.5. Fundamentación teórica.	24
2.5.1. Variable independiente	24
2.5.2. Variable dependiente.....	31
2.6. Formulación de hipótesis	37
2.7. Señalamiento de las variables	38
2.7.1. Variable dependiente.....	38
2.7.2. Variable independiente:	38

CAPÍTULO III
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3. Investigación de mercado.....	39
3.1. Análisis PEST	39

CAPÍTULO IV
METODOLOGÍA

4. Diseño metodológico	43
4.1. Método	43
4.2. Enfoque de la investigación.	43

4.3. Modalidad Básica de la Investigación.....	43
4.4. Nivel o tipo de Investigación.	44
4.5. Población y muestra.	45
4.6. Operacionalización de variables.	48
4.7. Técnicas de recolección de datos	51

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5. Análisis e interpretación de resultados.....	53
5.1. Análisis del aspecto cuantitativo y cualitativo.....	53
5.3. Verificación de hipótesis.....	84

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	88
6.2. Recomendaciones.....	89

CAPÍTULO VII

PROPUESTA

7. Desarrollo de la propuesta.....	90
7.1. Descripción general del proyecto.....	91
7.2. Descripción Técnica del producto.....	92
7.2.1. Proyecto	92

Bibliografía	101
--------------------	-----

ANEXOS	109
--------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1.** Población y Muestra
- Tabla 2.** Variable Independiente
- Tabla 3.** Variable Dependiente
- Tabla 4.** Técnica de recolección de datos
- Tabla 5.** Plan de recolección de datos
- Tabla 6.** Conclusiones y Recomendaciones

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1.** Categorías fundamentales
- Gráfico 2.** Red conceptual Variable Independiente
- Gráfico 3.** Red conceptual Variable Dependiente
- Gráfico 4.** Protocolos de Bioseguridad

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente la sociedad está pasando por una serie de acontecimientos que han generado una serie de problemas que han impedido la convivencia social, se han visto afectadas principalmente las personas por una pandemia que parece no tener un fin cercano, nos ha obligado a permanecer confinados en nuestros hogares junto con nuestras familia y mascotas, durante esta pandemia se han identificado a los más vulnerables como: niños, personas de tercera edad, pero ¿porque no han sido consideradas las mascotas como sujetos vulnerables?

El presente proyecto se centra en dar una mayor importancia a las mascotas que tenemos en casa, que siempre requieren de nuestra atención y dependen de nosotros para cubrir sus necesidades y tener una buena calidad de vida.

La primera parte del proyecto está enfocada en la investigación bibliográfica de si los animales domésticos pueden infectarse o contagiarse de COVID-19, abordando esta problemática se plantea el uso del Diseño Editorial soportado por el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual, como recursos de estudio.

Desarrollando un análisis, la investigación generó el resultado de productos editoriales digitales de tipo informativo y de concientización, combinado el uso de imágenes, tipografía y colores, como recursos de comunicación potenciales para el desarrollo de las propuestas.

**PALABRAS CLAVE: ANIMALES DOMESTICOS / CONTAGIO COVID-19 /
COMUNICACIÓN VISUAL / DISEÑO EDITORIAL**

ABSTRACT

Currently, society is going through a series of events that have generated a series of problems that have impeded social coexistence, people have mainly been affected by a pandemic that seems to have no near end, it has forced us to remain confined in our Homes together with our family and pets, during this pandemic the most vulnerable have been identified as: children, the elderly, but why have not pets been considered vulnerable subjects?

This project focuses on giving greater importance to the pets we have at home, which always require our attention and depend on us to meet their needs and have a good quality of life.

The first part of the project is focused on the bibliographic investigation of whether domestic animals can become infected or become infected with COVID-19, addressing this problem is the use of Editorial Design supported by Graphic Design and Visual Communication, as study resources.

Developing an analysis, the research generated the result of informational and awareness-raising digital editorial products, combining the use of images, typography and colors, as potential communication resources for the development of proposals.

**KEY WORDS: DOMESTIC ANIMALS / COVID-19 CONTAGIO / VISUAL
COMMUNICATION / EDITORIAL DESIGN**

INTRODUCCIÓN

El cuidado de las mascotas ha pasado de ser una actividad facultativa, a convertirse en un tema de debate constante, incluso, relacionado con los deberes y derechos. No obstante, el conocimiento general y difusión de métodos para el cuidado de las mascotas se dan en niveles mínimos, no son catalogados como relevantes o la manera de crearlos carece de objetividad e inventiva. Sumado a esto, los cambios radicales en el mundo acrecientan tal desconocimiento y las decisiones no son pertinentes, creando un margen complejo de solventar para asegurar el cumplimiento del cuidado de las mascotas. Entonces, es pertinente citar que la problemática recae sobre cómo actuar y qué hacer con sus mascotas frente a cualquier circunstancia. Por ello, es oportuno describir a la comunicación gráfica como el camino para mitigar esta brecha y aportar hacia el cumplimiento de lo predicho.

La pandemia ocasionada por el covid-19 es uno de los escenarios descritos previamente. Las personas desconocen los modos de actuar frente a ella y en especial, con sus mascotas. En consecuencia, el presente proyecto formula acciones concretas para saber cómo llevar a cabo el cuidado de las mascotas; emplea el diseño editorial como una alternativa ilustrativa y busca la concienciación de las personas sobre el cuidado de sus mascotas durante la complicada situación provocada por la emergencia sanitaria.

La investigación presenta un enfoque mixto. Se interesó en conocer el nivel de conocimiento de las personas sobre el cuidado de sus mascotas, sobre todo, durante la pandemia y caracterizar la problemática de la carencia de información objetiva e ingeniosa. La población fue elegida de manera probabilística aleatoria y abarcó un total de 384 personas de las zonas urbanas de la Ciudad de Ambato, Tungurahua, Ecuador. La investigación bibliográfica fue parte importante para la investigación. Por su parte, la propuesta se basa en el diseño editorial y acoge características específicas que favorezcan la representación funcional y promuevan el cambio en la connotación gráfica y práctica de las mascotas y con ello aportar a la sociedad y cultura de respeto para todos, a su vez, demostrar la relevancia del diseño gráfico para la solución de problemas complejos.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

1.1.Tema.

El diseño editorial digital como herramienta para la implementación de medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la ciudad de Ambato.

1.2.Planteamiento del problema.

1.2.1Contextualización (Macro, Meso, Micro)

Macro

La pandemia por COVID-19 ha creado un nuevo contexto de convivencia y obligó a la reestructuración del estilo de vida. Además de esto, incrementó la incertidumbre de las personas y construyó un presente y futuro incierto. Análogo, abrió una oportunidad para la desinformación y validación de cualquier dato exógeno, con tal convicción, que pasó a formar el eje central dentro de la vida de las familias. Los datos y representaciones visuales han adquirido la responsabilidad y guían las resoluciones a nivel mundial. Dicho de otro modo, lo visual ha significado el elemento que consolida la documentación presentada.

Pero, ¿por qué pasa esto? La divulgación subjetiva sobre el virus alarmó a la población causando pánico y llevando a cabo acciones radicales para evitar el contagio. Entre toda la divulgación antedicha se encuentra la hipótesis de que las mascotas son consideradas, equívocamente, un foco de transmisión y contagio de covid-19. Esto, intensificó las consecuencias negativas, entre las cuales, se encuentra el abandono masivo de mascotas. Además, el factor económico fue una de las fuentes afectadas por la pandemia y los propietarios de las mascotas consideraron “oportuno” deshacerse de ellas, porque su cuidado supondría un incremento en los egresos del hogar. Todo lo dicho es parte de una deficiente información y se fortalece mediante el factor visual, pese a que, la Organización Mundial de Salud (OMS) no ha determinado la fuente exacta de este virus y no atribuye a las mascotas como medios de contagio.

Meso

La Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) es la entidad responsable de mejorar la sanidad animal y ha elaborado técnicas especializadas dirigidas a veterinarios, expertos técnicos y exhorta su divulgación a nivel mundial para la detección y posterior cuarentena de ser el caso. Pero, aquellos lineamientos surgen como medidas preventivas y para garantizar el normal funcionamiento de sus sistemas y que la asistencia profesional pueda postergarse sin ninguna repercusión grave para la mascota.

A pesar de todo, el pánico desencadena el abandono masivo y descuido prolongado de las mascotas por parte de sus propietarios, pese a la insistencia de que no existe ninguna evidencia de que las mascotas sean una fuente de propagación del covid. Sin embargo, el virus si podría contagiar a la mascota desde un humano y afectar a su organismo y no es recomendable que personas de las cuales se sospeche o se confirme su infección estén en contacto; si lo hace, debe ser limitado y siguiendo medidas de higiene básicas y bioseguridad, especialmente en granjas, zoológicos y refugios de animales.

Los referentes gráficos afianzaron los componentes teóricos emitidos desde los diversos medios de comunicación, en especial, las redes sociales. De forma unánime el dato exponía su interés por la culpabilidad de las mascotas y posibles consecuencias graves para los integrantes de la familia. Con esto, la contextualización macro en lo visual exhibe la urgencia por alterar esta “cotidianidad” de desinformación mediante un canal interactivo y capaz de pasar los límites comunicativos y representar en una imagen, toda la información importante.

Micro

La crisis sanitaria ha evidenciado y fortalecido la crítica hacia la falta de políticas de bienestar animal. En la Ciudad de Ambato, Alex Valladares, presidente de la Comisión de Fiscalización del Concejo Municipal, expuso los datos que han sido entregados desde el albergue municipal, en el que se da a conocer que de octubre a la primera semana de marzo del 2020 se registraron 1,486 eutanasias y a la par solo se registraron 228 adopciones, demostrando la incoherencia y desinformación detallada en líneas anteriores.

Otro dato importante dentro de la problemática es el modelo de comunicación de medidas de cuidado de los animales. El diálogo es quizá el camino común entre los pobladores de las zonas urbanas de la Ciudad de Ambato para saber qué hacer al tener que afrontar una dificultad con sus mascotas, considerando el uso de fármacos y medidas agresivas o casi inexistentes de higiene, imaginando que es lo más adecuado. Sin duda, es responsabilidad de todos, pero el margen de error involucra a todas las entidades dentro de la Ciudad, pues las explicaciones y motivación por mejorar el cuidado o hacerlo acorde a las necesidades y situación, es carente.

Dato importante:

En la actualidad se contaría únicamente con un espacio para albergar 60 mascotas. Esto, supone la inversión a gran escala por parte de los albergues municipales e intensifica la problemática en cuestión, porque al no crear conciencia sobre esto y el daño ocasionado, la población percibirá a estas acciones como la mejor solución y salida hacia los problemas con sus mascotas.

Eutanasias

Albergue Municipal

- En 2018 – 2.537
- Enero – octubre 2019 – 2.104
- Octubre 2019 – marzo 2020 – 1.486

En el país no existe un censo o registro oficial de cuántos albergues hay en el Ecuador, pero se estima que son cientos, esta crisis los ha puesto en jaque, como evidencia la situación que se vive una crisis global y compleja. Es más, las adopciones se han detenido, sumado a la falta de donaciones y consecuentemente escasez de alimentos, siendo los problemas a los que se enfrentan durante esta emergencia sanitaria. Andrea Torres, presidenta de Aúlla Ecuador menciona que “es difícil tener reservas porque vivimos al día”, explica.

No han dejado de funcionar, pero su capacidad de respuesta y ayuda se han visto reducidas. Además, han excedido su capacidad ante el alarmante aumento de abandono de animales. Para combatir esta situación, la Fundación “Patitas Callejeras”, ubicada en la Ciudad de Quito, usa sus redes sociales para aclarar que perros y gatos no se contagian y por lo tanto no transmiten el covid-19. En la misma temática, durante los meses de marzo y abril, según el ECU 911, se reportaron al menos 143 casos de abandono en la capital (Quito), muchos de los casos son perras con sus crías recién nacidas; antes de la crisis se registraba un promedio de un abandono diario que se incrementó a 10 durante el último mes.

Pero, ¿qué pasa a nivel Latinoamericano? Cientos de activistas luchan para alimentar y dar hogar a miles de animales abandonados por sus dueños durante esta pandemia, creyendo que sus mascotas los infectarán o por razón de la crisis ya no podrán mantenerlas y optan por el abandono. Toda esta situación empeora con la propagación de noticias falsas que generan pánico entre la población y añadido a la desinformación, están causando el abandono masivo de mascotas.

Las redes sociales pueden ser una gran herramienta en medio de esta pandemia; pero tristemente se usan mal. Rumores sobre el contagio de covid-19 desde las mascotas hacia los humanos han acrecentado las decisiones equivocadas. Por ejemplo, en Colombia esta desinformación provocó que el Ministerio de Salud deba aclarar la inexistencia de datos

o pruebas científicas de que esto sea cierto; aun cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) lo hizo desde el principio de esta pandemia.

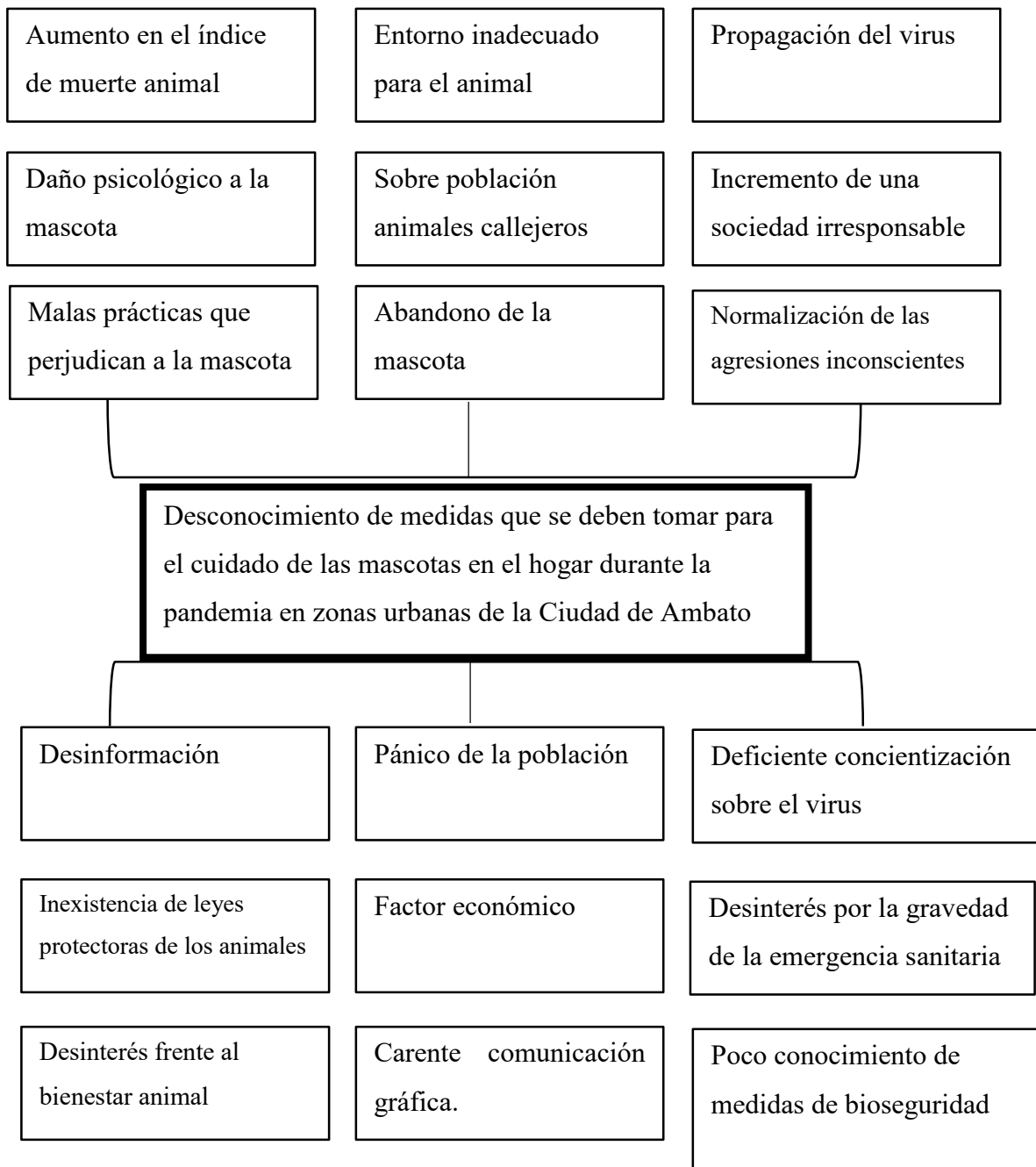
María Luz Menacho, una rescatista de animales, expresa: "Si nosotros no venimos a atenderlos, alimentarlos, darles agua y verificar que estén bien nadie más lo va a hacer". Es más, en el contexto del COVID-19 las mascotas han sido las más desfavorecidas; el trato y respeto hacia ellos ha evolucionado negativamente. Se considera, inclusive, como un trato adecuado el abandono para "protegerlos". Como dato puntual y lamentable cerca de 122.727 animales han sido abandonados en las calles de Quito (Maldonado y Bustillos, 2020).

En la Ciudad de Ambato el abandono de mascotas es un tema latente. Pero, lo más relevante dentro de toda la problemática es el o los caminos para influir significativamente y llegar al abandono y cómo puede incentivar la dinámica social errada con relación a los animales y un virus del que se desconoce su origen. Dicho de otro modo, las maneras de extrapolar la información falsa van adquiriendo cada vez mayor relevancia y se distingue a través de su presencia en todo tipo de medio de difusión; facilitando la percepción y garantía de la consolidación en la mente y decisiones desesperadas de las personas, teniendo como principales afectados a las mascotas. Por otra parte, la incidencia de las redes sociales, principal medio de información masiva, puede notarse desde otros ámbitos y con diferentes perspectivas, en específico, para el desarrollo de una cultura de respeto hacia el entorno y quienes forman parte.

De acuerdo al problema planteado en líneas anteriores, es viable puntualizar la amplitud en la responsabilidad del desconocimiento sobre medidas de bioseguridad, alternativas drásticas desde los humanos hacia las mascotas y la fortaleza de la variable comunicativa ante una circunstancia en particular. Por lo tanto, hablamos de la época de pandemia, no únicamente desde el punto de vista clínico, también una pandemia desinformativa. El propósito de este aspecto es acrecentar la veracidad de documentos erróneos, todo con el fin de engañar a la población, alarmarse, manipular a la audiencia. La sátira, imágenes,

videos, textos y otros materiales audiovisuales se han fabricado con intenciones conspirativas y para crear un ambiente de pánico y desesperación, información irreal y sin fundamentos (Sánchez, 2020).

1.2.2.Árbol de problemas.



1.3.Justificación.

Esta investigación permite identificar la mejor manera de usar el diseño editorial para concientizar y generar una cultura de prevención. La tipografía, colores, jerarquías, imágenes y la determinación de qué manera se pueden aplicar correctamente y eficazmente, serán las directrices para alcanzar lo antedicho.

El presente proyecto tiene el propósito de convertirse en un medio directo para la comunicación asertiva con relación al cuidado de las mascotas sin importar las circunstancias. Así, el medio gráfico pasaría de ser un complemento, a tornarse una herramienta útil para dialogar con la población a través de las ilustraciones objetivas, otorgándoles un valor real y significativo en su connotación.

Además, el aporte gráfico y trabajo novedoso en diseño, implica una nueva idea acerca del diseño gráfico y su nexos con la medicina veterinaria. En específico, la contribución académica sería el soporte para los profesionales de esta área en su intención por cambiar la ideología social y cultural sobre las mascotas y las realidades de las que son objeto tanto animales y propietarios por igual.

La investigación contiene datos de índole práctica y científica, carece de arbitrariedad y se ubica dentro de los parámetros de la ética, en la que se aclara la necesidad de emplear el conocimiento para el beneficio global de la humanidad, en el marco del respeto al entorno, haciendo buen uso de la información e indagando en técnicas eficaces para la obtención de la equidad necesaria, hablando también, de los animales y entorno natural. Los beneficiarios directos son todos los propietarios de mascotas en la parte urbana de la Ciudad de Ambato. Los beneficiarios indirectos son los propietarios de una mascota en la Ciudad de Ambato, la comunidad en general, la provincia de Tungurahua y demás espacios en los que se solicita un cambio rotundo en la percepción de las mascotas, en especial en época de pandemia.

Dentro del diseño gráfico, la investigación se justifica en la exploración de la multidisciplinariedad de la que puede formar parte la ciencia mencionada. Demuestra que diseñar no se limita a la creación de gráficos con un objetivo específico; puede ampliar su campo de investigación y contribuir a partir de los rasgos más representativos de la ciencia.

También, los productos editoriales pasan por diversos y estrictos pasos desde su planificación hasta su articulación. Así, el tema y producto escogido tiene en sus bases argumentos sólidos y su desarrollo es coherente y aporta directamente al aspecto académico y social. Un claro ejemplo está en las pautas esenciales para diseñar productos editoriales, dicho de otro modo, el autor debe considerar el criterio de idoneidad; definir las mejores ilustraciones, el valor de transmisión asignado y los criterios que rigen el diseño (Alcázar, 2014). En fin, ejecutar un trabajo mediante el diseño editorial es oportuno y lógico frente a un problema de interés y responsabilidad social.

Factibilidad

El diseño gráfico y la comunicación visual tienen un compromiso ético-científico con la población. La disponibilidad de todas sus oportunidades prácticas y técnicas lo convierten en una ciencia interdisciplinar. Además, los diversos aportes científicos demuestran la urgencia por vincular al diseño gráfico con la cultura y sus necesidades; sobre todo para cambiar la visión de las personas con relación a su entorno. Es importante indagar en el contexto para poder crear productos con incidencia positiva. En este caso, la incidencia anhelada es posible gracias a la veracidad de una investigación desde el diseño gráfico, dando como resultado un producto visual capaz de comunicar más de lo esperado, alterando la llamada “cotidianidad” sobre la relación humanos-mascotas.

El nexo de la academia con la población es una realidad. Es trascendental rebasar la barrera entre crear áreas que contengan trabajos, valiosos para la academia; pero con bajo índice de reconocimiento en la sociedad. La resolución de este enigma persiste por la falta

de relación con la realidad; pues para acercarse al saber, es vital y factible investigar y con esto, evidenciar la oportunidad técnica para aplicar los métodos del diseño en la sociedad y aportar al crecimiento de esta práctica científica (Barreto y Salmasi) 2015. La percepción de distancia entre la academia y las necesidades de la realidad, pueden ser una temática factible de explorar y aportar para su mejora.

1.4.Objetivos.

1.4.1Objetivo general

- Desarrollar una propuesta de diseño editorial digital con medidas para el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la ciudad de Ambato.

1.4.2.Objetivos específicos

- Establecer las principales herramientas del diseño editorial digital que favorezcan la implementación de medidas de cuidado de las mascotas durante la pandemia.
- Identificar las medidas correctas para el cuidado de las mascotas durante la pandemia.
- Diseñar productos editoriales digitales para la difusión de medidas correctas para el cuidado de las mascotas durante la pandemia.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la investigación (*Estado del Arte*)

La investigación se ha llevado a cabo tomando como referencia trabajos de investigación enfocados en bienestar y cuidado de mascotas, medicina veterinaria, diseño editorial digital, que aportan con información importante a la investigación.

Es oportuno iniciar caracterizando qué se entiende por bienestar de las mascotas; pero para eso es vital definir el concepto de cuidado y responsabilidad por parte de los propietarios. En este sentido, hablar de bienestar en las mascotas es sinónimo de figurar las acciones de los humanos hacia la materialización de aquel compromiso asumido. Debe entenderse que las mascotas comparten espacios vitales con los humanos; la influencia ejercida, positiva o negativa, afecta a todos quienes se encuentran en aquel medio. Cuidar es reconocer y determinar las necesidades de cada mascota, pues cada uno tiene sus características (Ortíz *et al.*) 2018.

En Ecuador el cuidado y bienestar animal está presente en la Constitución, máxima ley reguladora de la dinámica social, política, cultural, moral del país y se encuentra como la principal herramienta para demostrar la insistencia por la igualdad entre ser humano y naturaleza. Es más, son sujetos de derecho y el respaldo legal expresado está para concienciar. Para entender eficazmente lo dicho, es importante saber que las leyes no nacieron, en exclusiva, para sancionar; el propósito central ha sido y es modificar la conducta de los individuos que consiste en hacer las cosas correctamente para evitar ser sancionados; contrario a esto las acciones deben ser siempre correctas, exista o no una ley específica (Molina) 2016. Descrito de esta manera, el mensaje debe entenderse, con mayor razón, para el cuidado de las mascotas como un deber humano y moral. Esto, denota la relevancia atribuida al bienestar animal y factibilidad de emprender la investigación en favor de su cuidado y bienestar.

La medicina veterinaria es la ciencia encargada de estudiar y promover los diversos cuidados y connotación positiva sobre las mascotas y todos los animales. Los diferentes estudios realizados se adjudican el solicitar, con insistencia, la demostración del término “cuidado” dentro de una vía hacia la humanización de las personas, mirada equitativa con relación a las mascotas. El término en cuestión y las indagaciones de la medicina veterinaria difieren ampliamente de la noción básica de cuidar a la mascota cuando se encuentre enferma o las soluciones como el abandono y aislamiento sean las “mejores” por su bien. Los datos científicos han mantenido y mantienen una imagen distinta sobre el mensaje de la veterinaria acerca del cuidado de las mascotas, fijándola en las siguientes directrices: funcionamiento adecuado del organismo, entendido en una buena alimentación; el estado emocional de la mascota, evitando emociones negativas tales como el dolor y sufrimiento; por último, conocer y manejar correctamente la conducta propia de su especie, respeto y atención a la diversidad (Moreno) 2017.

En consecuencia, el estado del arte con relación al bienestar animal y cuidado de las mascotas en específico, está saturado de solicitudes de cambio desde la perspectiva y proyección tanto, de los propietarios y de quienes no lo son, es decir, un cambio cultural a escala global. Ante esto, Salmen (2016) realiza una reflexión muy particular expresando que los animales no llevan el mismo estilo de vida de los seres humanos; sus afecciones no son las mismas, el diagnóstico es diferente, el tratamiento depende de cada tipo y las consecuencias del mundo en todo aspecto se diferencian ampliamente entre humano y mascota. A pesar de todo, ¿por qué el ser humano continúa viendo a las mascotas como seres sin dolor y una potencial amenaza ante eventos desfavorables para la salud o seguridad?

Los medios para comunicar el incorrecto cuidado de las mascotas, creación y cumplimiento de normas, es escaso. La insensibilidad con relación a las mascotas se ha intensificado. La razón se ubica en la inexistente presencia de mecanismos ilustrativos y

de divulgación científica hacia la sociedad y con ella, a cada mascota. En este sentido, las definiciones se agrupan para construir conceptos con intenciones similares y que se han mantenido y mantienen, pues el esfuerzo es cada vez mayor frente a la ideología incoherente que considera al cuidado de las mascotas como una tarea exclusiva de sectores “animalistas” (García) 2015. Incluso, el factor legal global carece de argumentos para responder y sancionar el porqué del abandono de mascotas. Las diferentes reformas descuidan el resto de elementos de todo el contexto y se trabaja siempre en favor de la humanidad, porque es lo único importante.

En cuanto al contagio y propagación del covid-19 desde los animales hacia los humanos, el criterio teórico es el siguiente: los animales se pueden contagiar, pero no convertirse en focos de contagio. Los estudios avalan la conjetura predicha y hacen énfasis en que, ante la amenaza del virus, las medidas y cuidados deben ser de igual magnitud para cuidadores y mascotas, pues es algo que no debe ser descuidado ni tampoco entendido de forma inexacta o bajo criterios ilógicos. La dificultad de las normas o protocolos es mínima; requiere de toda la atención y compromiso del propietario a corto y largo plazo. Por ejemplo, los propietarios deben limitar a sus mascotas, sin llegar al aislamiento total, a estar en lugares con presencia masiva de personas. También, el propietario debe lavar sus manos antes y después de tocar a sus mascotas como prevención para ambas partes (Angulo) 2020. Lo dicho es una mínima parte de todas las medidas dispuestas; todas con un índice bajo de complejidad.

Ahora, ahondando en la temática técnica, el conocimiento científico sobre el diseño gráfico cataloga a esta técnica como el camino más idóneo para plasmar lo que se encuentra en la mente, deseos, anhelos, ambiciones e incluso llegar a la conciencia de las personas. Pero, ¿qué tareas desempeña o debería desempeñar dentro de la academia y sociedad? La información recabada demuestra que su tarea está dirigida hacia la imagen pública como medio de comunicación eficaz y canal objetivo, central dentro de las intenciones de todos los ámbitos.

Ha pasado de ser una alternativa, a figurar como la parte medular, incluso, en las decisiones de la nación, concretamente, en cómo difundir la información o llegar al diálogo asertivo. El nexo: sociedad-diseño gráfico es incuestionable, pero requiere entender la interdisciplinariedad de cada una y el grado de adhesión y para qué. En otras palabras, los datos científicos buscan fijar el esquema de similitudes y necesidades compartidas entre ambas ciencias y la urgencia por considerarlas una relación coherente; estímulos visuales que provocan reacciones en el comportamiento de las personas (Gómez y Villar) 2018.

Dentro del diseño gráfico, el diseño editorial digital se considera una técnica con bases sólidas para la comunicación rápida y con repercusión en el receptor. El arte de diseñar ha sido utilizado para agilizar los procesos de transmisión de la información y convirtiéndolo en una fuente confiable y técnica novedosa de trabajo. Un ejemplo valioso está en los diseños llevados a cabo para beneficio de las mascotas y diversos espacios preocupados por su bienestar. El trabajo de (Peñaherrera) 2021 efectúa un diseño con la aspiración de adecuar y mejorar la infraestructura de un refugio para animales; la visión es holística porque considera el bienestar animal y de los trabajadores en un solo grupo de interés y con influencia bidireccional.

Siendo mucho más concretos en la temática central del trabajo es preciso presentar “El uso de la fotografía monocromática en la concientización del maltrato animal en la ciudad de Ambato”, a partir del autor (Quirola) 2018, expone la siguiente información:

El maltrato animal es un problema social que afecta a nivel mundial que muchos no le dan la relevancia suficiente, el humano al sentirse superior al resto de especies; genera un trato errado hacia los animales de compañía, tratándolos como materiales o cosas que se pueden desechar. Siendo su objetivo general el de conocer e investigar el nivel de importancia que tendría la fotografía monocromática en la protección y conservación de los derechos animales que han generado el problema social antes mencionado.

Tras concluir la investigación técnica se determina la influencia de la fotografía monocromática ya que esta genera más dramatismo al momento de exponer un mensaje, consecuentemente realizando una investigación de campo se indaga el impacto que tiene el público al ser expuestas a las propuestas dando como resultado la evocación de emociones.

En la implementación las propuestas se evidenciaron que fueron poco participativas todo esto debido a falta de cultura de respeto hacia los animales de compañía que conviven con nosotros, denotando por qué anteriores campañas de adopción y de concientización al maltrato o abandono animal. A la par la propuesta planteada, demuestra ser un potencial recurso de influencia en la colectividad ambateña, generando interés en el público a participar en esta.

2.2.Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica, Filosófica)

2.2.1.Fundamentación Legal

Disposiciones y ordenanzas

Según la Ley Orgánica de Régimen Municipal contempladas en los artículos 63 numeral 1, y 123 (Gaceta Oficial N. 4.109 de fecha 15 de junio de 1989) expide la siguiente:

ORDENANZA QUE REGULA EL CUIDADO DE ANIMALES DE COMPAÑÍA O MASCOTAS, Y DE ANIMALES DOMÉSTICOS

CAPITULO I

Art. 1.- La presente ordenanza tiene por objeto regular en el cantón Ambato, el cuidado de los animales de compañía o mascotas y animales domésticos en los domicilios donde habitan, y cuando transiten por los lugares públicos; y, además, regular el trato de estos animales cuando sean abandonados.

CAPITULO II

Art.2.- Para la aplicación de la presente ordenanza se establecen las siguientes definiciones:

ANIMALES DE COMPAÑÍA O MASCOTAS:

Los que por su condición viven en compañía del hombre, como son los perros, gatos y pequeños mamíferos.

ANIMALES DOMÉSTICOS:

Los que por su condición se crían en compañía del hombre, esto es que han sido incorporados al hábitat humano e instintivamente responden a las prácticas domésticas, debiendo vivir y crecer en condiciones propias de su especie, como son los bovinos, ovinos, porcinos y equinos.

CAPITULO III

DEL CUIDADO DE LOS PERROS

Art. 3.- Tratándose del cuidado de perros, los dueños o paseadores de los mismos deberán observar las obligaciones y prohibiciones, que a continuación se estipulan.

TITULO I

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS DUEÑOS Y PASEADORES DE PERROS

Art. 4.- Es obligación de los dueños y paseadores de perros prestarles seguridad, alimento de acuerdo a su especie, higiene y asistencia médica veterinaria.

Art. 5.- Es obligación de los dueños propender a que sus perros, al interior de los domicilios donde habitan, tengan una forma de vida que no limite su natural libertad de actuar, por lo que se les brindará el espacio adecuado de acuerdo a la raza del perro.

TITULO V

DE LOS PERROS ABANDONADOS Y OTROS

Art. 20.- La Autoridad Municipal de Salud dispondrá el retiro de los perros abandonados de los lugares públicos, y los trasladarán a las dependencias de los sitios de observación antirrábica, a fin de que cumpla lo estipulado en la presente ordenanza.

2.2.2.Fundamentación Axiológica

La humanidad se ha enfocado en caracterizar a las mascotas como seres destinados a la compañía y cuidado del hogar. Esta actividad es unidireccional y el bienestar animal pasa desapercibido. El vocablo “humanidad” se encuentra o conceptualiza de forma incompleta, pues se dirige más hacia una definición corpórea del ser humano y lo positivo para la vida; pero poca o casi ninguna relevancia se destina al ambiente y con mayor razón

hacia los animales. Las formas de comunicación denotan el carente apoyo con relación a la concienciación de las personas sobre la vida de las mascotas, siendo necesario reconceptualizar la descripción de ser humano con el uso de recursos novedosos, con rasgos comunicativos visuales. Por esto, el diseño editorial busca ser una alternativa para el alcance holístico de la palabra “humanidad”, especialmente en una etapa tan compleja debido al COVID-19, que ha potenciado la desestimación de los derechos de los animales y su cuidado. Es una respuesta contra la crueldad de la que son objeto los animales. Análogo, los gobiernos de América Latina han declarado la urgencia por reconocer a los animales como seres vivos con sentimientos y que merecen respeto (Villafañe *et al.*) 2020.

La concepción ampliada del diseño gráfico rebasa la percepción conceptual. Es decir, desde un estudio exhaustivo y claro sobre la relación de lo axiológico y el diseño, es factible caracterizar su funcionalidad como la ciencia interesada en la multiplicidad de interpretaciones en sus mensajes, con mayor razón, en la indagación sobre la temática de los valores. Es así que, la visualidad trasciende lo óptico, acoge los elementos tangibles e intangibles (Peña N.) 2020. Adicional, surge la responsabilidad por comprender a su labor en la elaboración de dispositivos visuales capaces de plasmar un hecho o circunstancia concreta, real, verídica, original desde el punto de vista del autor y en consonancia con la visión del contexto bajo el que se ha efectuado la labor.

2.2.3.Fundamentación Ontológica

A nivel ontológico, las ventajas del diseño editorial permiten desglosar de mejor manera el presente tema; incitando y motivando el interés del público en temas como cuidado y respeto hacia los animales a través de la comunicación visual y diseño gráfico. Daría paso a la generación de un enlace entre la objetividad ilustrativa y la comunidad ambateña. La preponderancia e impacto del diseño editorial, es capaz de delinear sistemas complejos con potenciales rutas de aplicación metodológica (Morales) 2020. De este modo, es probable fomentar la empatía, diálogo, opinión y acción frente a la problemática del desconocimiento de los protocolos de cuidado y desinfección de mascotas en las zonas urbanas de la ciudad, evitando futuras acciones erróneas. Además, como una solución a

una deficiente socialización, concientización y educación sobre el cuidado de las mascotas que dependen de sus propietarios.

El diseño supera el lenguaje hablado. Cada uno de los procesos semióticos agrupan al creador y espectador, hallando un perfil de comunicación único. También, es un medio al servicio de la comunidad; cultura y alfabetización (Ramírez *et al.*) 2017. En otros términos, es una ciencia apegada a la realidad social y pretende su progreso mediante la intervención gráfica con impacto bidireccional. Explorar e investigar dentro del factor social, se ha convertido en un tópico común para el diseño; una tarea para la comunidad académica en su afán por acercarse cada vez más a la interpretación realista de sus temas de estudio, resultados e innovaciones.

2.2.4.Fundamentación Filosófica

El presente proyecto aplicó el paradigma crítico propositivo para generar un contenido de tipo informativo sobre los cuidados y desinfección de la mascota, concientizando a la población ambateña a través del diseño editorial enfocándose a un campo digital; adaptándose a las nuevas tecnologías para una mejor efectividad, llegando de mejor manera a la comunidad. Asimismo, tomando en cuenta los mejores medios o canales para establecer una comunicación válida. Ante esto, es oportuno aclarar la diferencia explícita e implícita del proyecto, pues, se pretende causar reacción en el comportamiento social; emplear lo mejor de los diversos estímulos visuales (Gómez y Villar) 2018. La guía para cumplir con esto será el elemento interpretativo de la sociedad, es decir, de manera inconsciente selecciona aquello que le resulta importante, significativo.

A partir de esta impresión del diseño gráfico, la concepción filosófica se construye desde una transición paradigmática; caracterizada por una creciente complejidad de la realidad sobre la que se ve influenciada y a su vez, influye. Esto, ha alterado las bases filosóficas y considera al diseño gráfico como una disciplina con respaldo epistemológico, apta para responder al cambio constante del contexto y aprobarse dentro de las diversas posibilidades de estudio para una solución realista y con impacto a corto y largo plazo, sin importar los niveles de estudio o designios sociales (Morales) 2020. Son diferentes las

maneras en las que se puede manifestar lo antedicho; pero lo trascendental de esto es determinar la categoría de lo gráfico hacia la investigación; un trabajo científico.

2.3.Categorías fundamentales.

Variable Independiente:

Variable Dependiente:

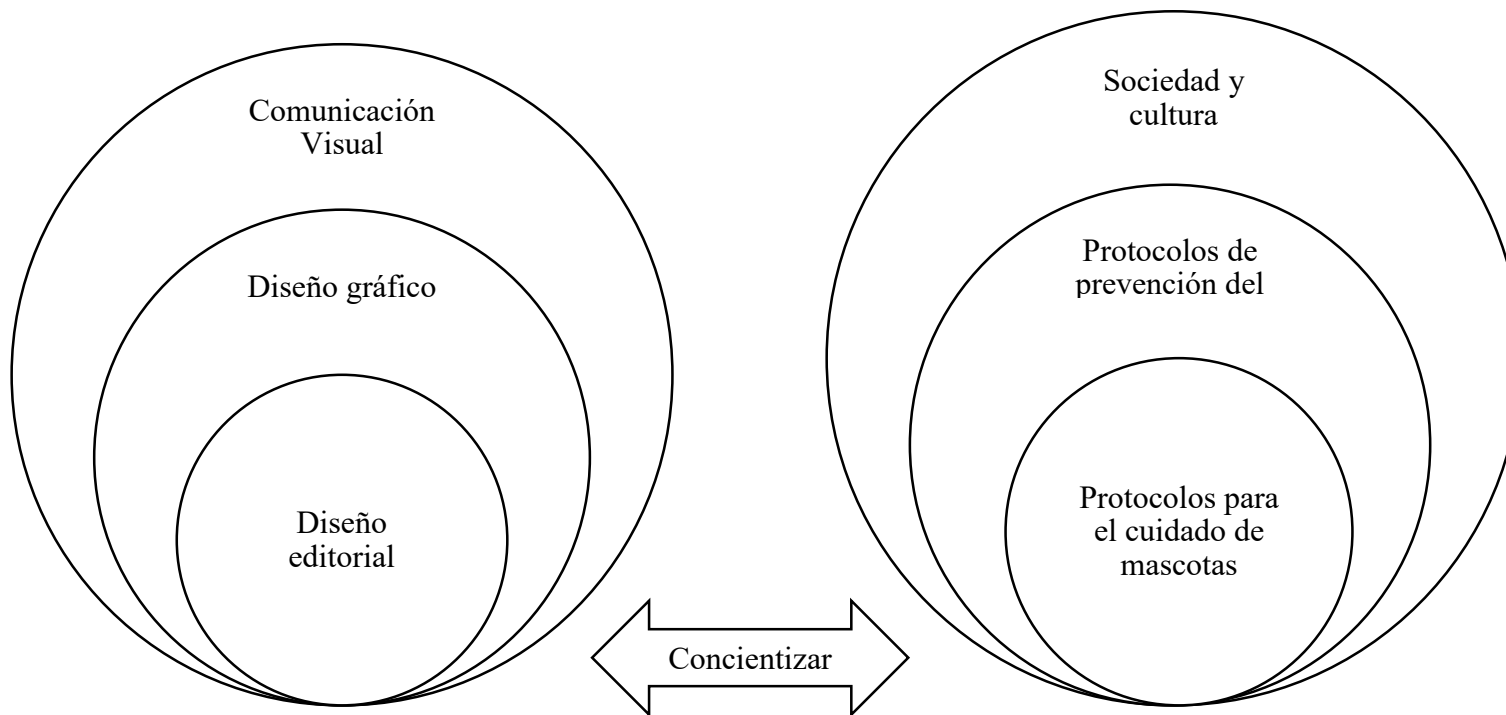


Gráfico 1. Categorías Fundamentales

2.4.Redes conceptuales.

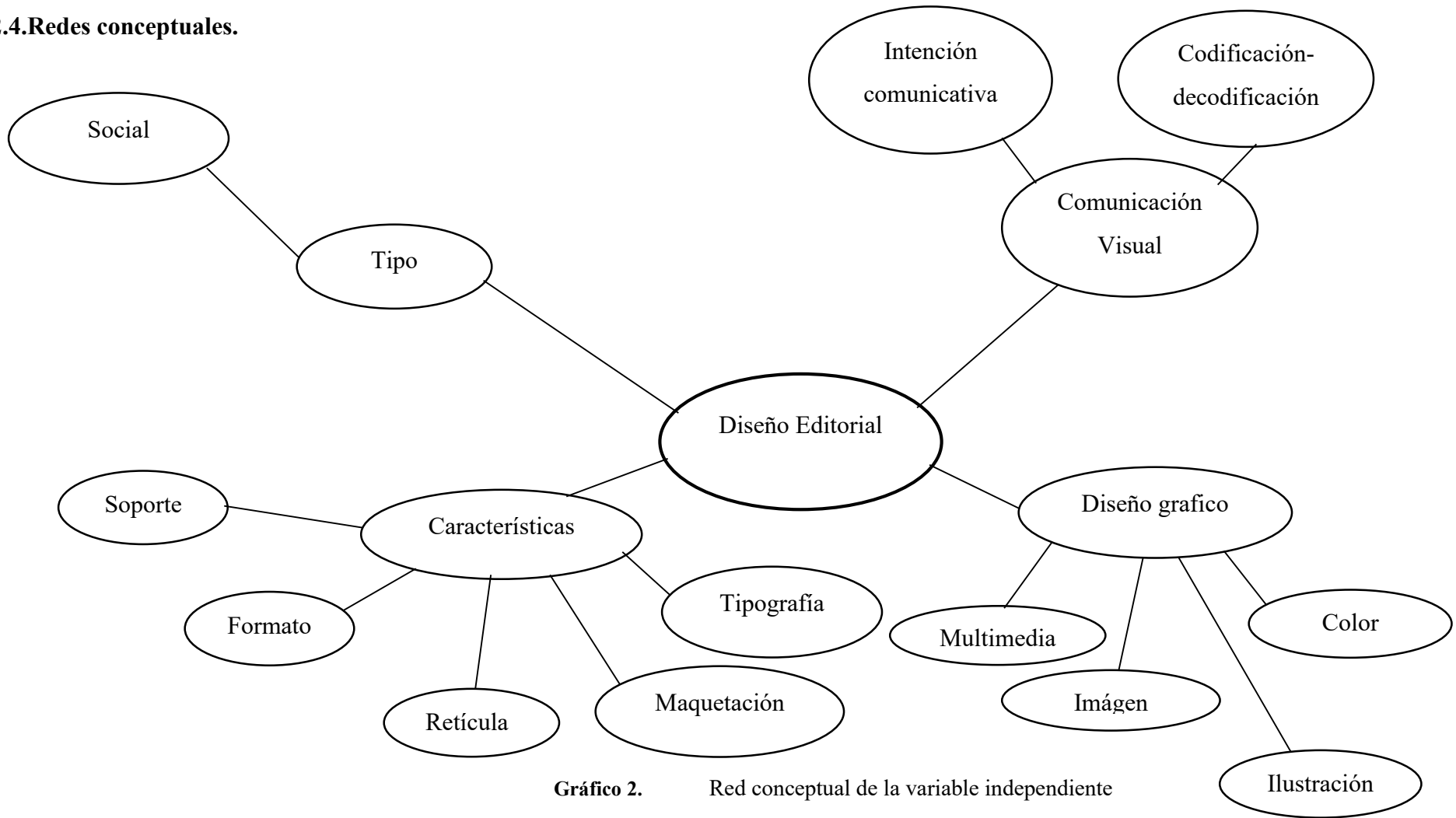


Gráfico 2. Red conceptual de la variable independiente

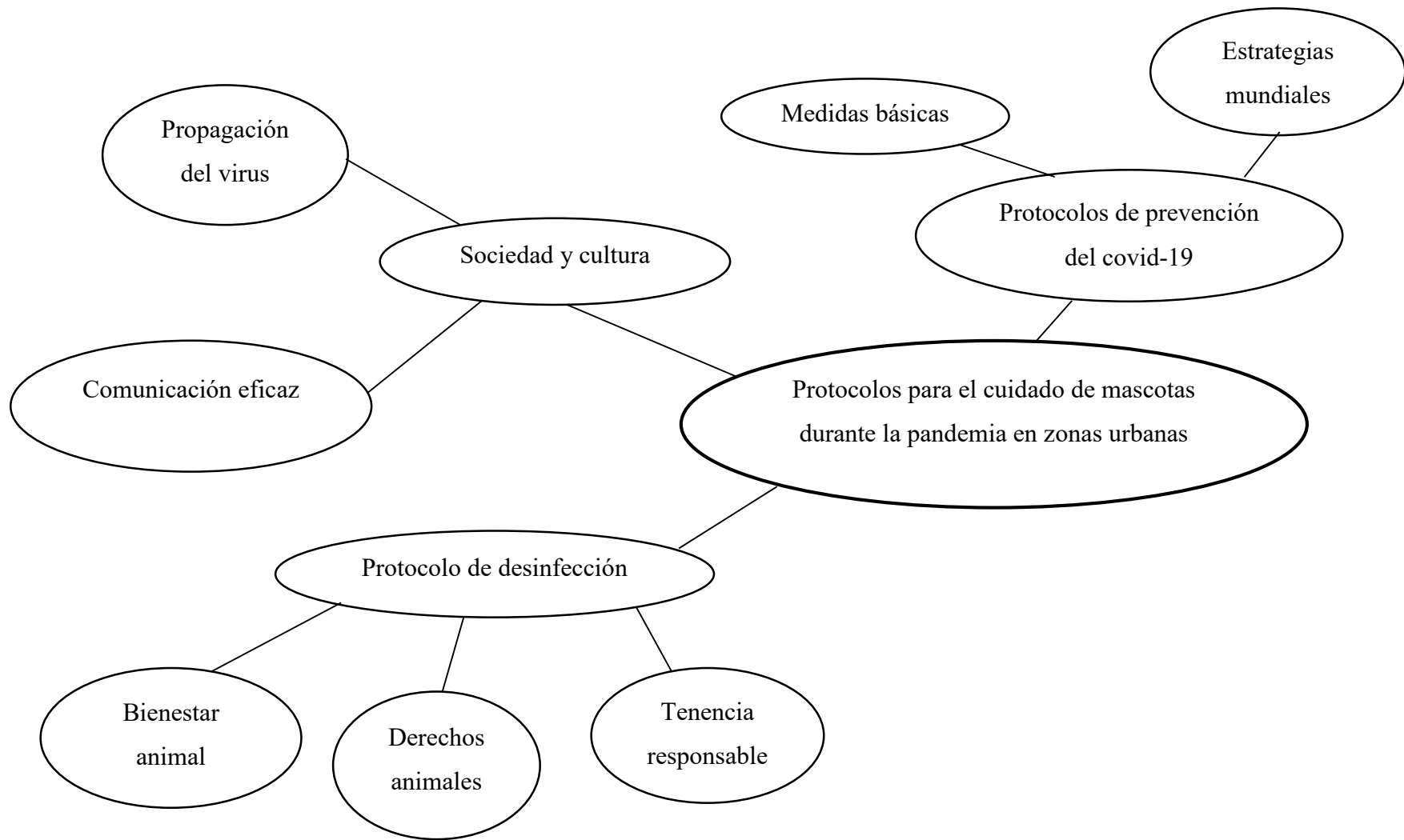


Gráfico 3. Red conceptual de la variable dependiente

2.5. Fundamentación teórica.

2.5.1. Variable independiente

Diseño editorial digital

“Una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar, o puede articularse como una combinación de todas esas acciones... contar una historia mediante la organización y presentación de palabras e imágenes”. (Cath *et al.*) 2014

Es más, el diseño editorial es considerado un pilar para la consolidación del diseño gráfico. Su aporte se ubica en la adaptación científica, social y cultural; al igual que el desarrollo tecnológico (Cabrera y Morales) 2017. Un claro ejemplo de lo expresado está en el diseño digital en consecuencia del estallido de la tecnología digital; una herramienta útil para solucionar problemáticas y acrecentar la inmersión del diseño en las fuentes de apoyo académico y social.

Social

La transición del diseño gráfico surge en las décadas de 1960 y 1970, con el cambio de ideología con relación a la comunicación visual. Los esfuerzos negativos o la causa esencial consistieron en observar al entorno o sociedad como un elemento lejano al diseño gráfico, tornándose en un debate objetivo y necesario por revertir. De este modo, el debate obtuvo resultados positivos al agregar la característica social como el eje central del paradigmático cambio; partiendo desde la epistemología; presentando datos cada vez más acorde a la compleja realidad, ampliando al diseño; dejando de lado el gráfico teórico (Cabrera y Morales) 2017. Por consiguiente, los diseños van mucho más lejos de una intención comercial; superando a la exteriorización de imágenes, por su estudio y crítica dentro de un marco social definido y en constante cambio, algo complejo de retener en una sola apreciación gráfica.

Soporte

Son vehículos de comunicación utilizados para la transmisión de información. Nacen con la necesidad de llegar a los diferentes grupos, públicos o segmentos sociales tomando en cuenta la diversidad de contenidos a transmitir. El diseño centrado en el usuario; inclusivo, participativo y realista ha cambiado por completo la elección de los soportes, creando una planificación con procesos colaborativos (Sarmiento) 2019. Es muy importante diferenciar entre el soporte y el tipo de fines establecidos; pueden estar articulados hacia usabilidad, comercial, viabilidad técnica o como el medio preciso para acercarse al concepto de justicia e igualdad con productos tangibles y efecto intangible.

Características

Formato

El formato es la manera en que presentamos la información al público lector; con dimensiones físicas específicas. Los diseñadores pueden efectuar cambios en alguno o varios elementos de acuerdo a la necesidad técnica prevista. Son los tamaños del área para diseñar, componer o proponer (Alcázar) 2014) El formato puede brindar una visión general del archivo, poseer una perspectiva previa a su publicación y definir sus fortalezas y carencias para mejorar a partir de aquello.

Retícula

Es la herramienta fundamental del diseño editorial, a la que más se le debe dedicar tiempo para su realización ya que debe estar bien hecha desde el principio y de esta manera ahorrar mucho tiempo en los procesos siguientes. También, las retículas son maquetas, redes funcionales apegadas a la realidad percibida y los objetivos planteados antes de realizar el diseño (Ramírez *et al.*) 2017. Es una estructura básica que ayuda a definir los parámetros, organiza gran cantidad de información. El formato y tipo de publicación determinará qué estilo de retícula es necesaria. Las retículas deben alejarse de la monotonía a partir de una correcta elección de elementos; el uso de la geometrización ayuda en la creación de una narrativa eficiente, sólo, a través del diseño.

Maquetación

Desde una apreciación general es factible citar a la maquetación como el arte de disponer, ubicar y coordinar de forma intencional y estratégica todas las dimensiones para que, en conjunto, emiten un mensaje legible para el lector. Ahora, dentro del proceso de diseño se destaca por la gestión de la información y elementos visuales, esto hace referencia a donde se ubicará texto e imágenes y cómo será su interacción entre estos y la publicación como un todo, haciendo que se haga de esta manera más fácil orientarse por la publicación. (Zapatero y Caldwell) 2014.

Tipografía

Hace referencia a la manera en que las ideas escritas reciben una forma visual, pueden afectar radicalmente cómo percibimos la publicación. Debe utilizarse de manera jerárquica, no se puede utilizar la misma tipográfica para un titular que para un cuerpo de texto, la orden y coherencia son imprescindibles. Es como el envoltorio del objeto y debe ser lo más atractivo e interesante posible; ayudando al lector a interpretar con facilidad y sin ningún tipo de limitación o restricción (Alcázar) 2014.

Diseño gráfico

Es importante partir de la especificación del diseño gráfico como la disciplina capaz de promover la creatividad, innovación, cambio y adentrarse en temáticas de interés común. Además, en el campo profesional innova la construcción gráfica y los principios para emitir mensajes o citar algunos elementos comunicativos poco comunes; favoreciendo el conocimiento a través de un escenario visual y comprensible para el público (Pilay) 2017. Asimismo, es la actividad que trabaja y sugiere intervenir en el pensamiento lateral; trabajándolo mediante el ingenio con productos reconocibles desde la investigación y cultura en general.

Por lo tanto, el diseño gráfico es una ciencia con finalidades comunicativas que define a su tipo de comunicación en la aplicación de la visión humana como un hecho cognitivo. Se proyecta hacia la visibilidad de fenómenos con especial interés en el cuerpo más que

en el objeto; capturar aquel escenario con intencionalidad, dando espacio a la subjetividad, mitigando la rigidez otorgada por la objetividad radical (Peña N.) 2019. Pero, para llegar a lo antedicho, el diseñador debe resolver interrogantes sobre cómo se visualiza o nota un concepto en algo tangible; cómo atribuirle la mayor originalidad posible y de qué manera se puede distanciar la tendencia por guiarse en mayor medida en el concepto y poco en la perspectiva del panorama del cual forman parte.

Belluccia (2007), en su texto: El diseño gráfico y su enseñanza. Ilusiones y desengaños, afirma que:

...el diseño es una práctica profesional, un hacer, un oficio, y no una teoría. Y como tal no tiende a la generalización, a las leyes, ni a la generación de conocimiento comprobable sino a la resolución de casos particulares, específicos y contextualizados. Al revés de las teorías, las soluciones de diseño solamente son aplicables a un caso singular y único, el caso que el diseñador está resolviendo en ese momento. (Belluccia) 2007, p. 73

Multimedia

Un proyecto editorial multimedia es un producto enmarcado en el contexto editorial que cumple dos características:

- a.** Integra diferentes medios (imagen, texto, sonido, vídeo...) a través de las nuevas tecnologías.
- b.** El usuario tiene un papel activo en la lectura del producto. El uso del mismo conlleva una interactividad del usuario (el usuario efectúa acciones que modifican el curso de la lectura del producto) y una navegación por el mismo (el usuario puede moverse con cierta libertad a través del contenido).

Su desarrollo, por lo tanto, implica tanto el trabajo tradicional de elaboración de contenidos y maquetación (composición de texto e imagen), como otras nuevas tareas relacionadas con la comunicación audiovisual y las nuevas tecnologías: edición de vídeo y sonido, guiones multimedia, arquitectura de contenidos, etc. (Orcero) 2014

Imágenes

Las imágenes son un papel fundamental en la identidad visual de cualquier diseño o publicación. Puede darle un aspecto espectacular y ser la fuerza conductora del diseño, su uso está condicionado por ciertos factores como: el público objetivo o la función de dichas imágenes, además de poseer muy poco tiempo para comunicar su mensaje de tal manera que es de suma importancia que el diseñador elija la más adecuada según la ocasión para no transmitir el mensaje correcto (Zapaterra y Caldwell) 2014.

Además, generan un sentido particular en las propiedades responsables de transmitir la información, es decir, adquieren mayor relevancia cuando su perspectiva está sujeta a ciertos rasgos y el espectador puede crear un contexto, allí la veracidad de las imágenes. La densidad de información dentro de la imagen es un punto a considerar al momento de trabajar con este material, mientras más datos obtenga o se distingan, mayor será la distancia de la imagen con lo artificial (Zambrano) 2018.

Color

Es una de las herramientas del diseñador gráfico. Se usa para comunicar emociones y sentimientos. El diseñador debe hallar la armonía de color con combinaciones que atraigan la atención; requiere agregarle el valor necesario al diseño considerando el tono de color, intensidad e influencia en el resultado. A diferencia de un pintor, el diseñador articula sistemáticamente los colores, eligiéndolos bajo una estrategia y no al azar o por accidente (Lupton y Cole) 2016. Es más, los colores adoptan funciones dentro de un proyecto de diseño; muchos trabajos han atraído la atención de sus espectadores con un limitado número de colores y elementos gráficos, cubriendo un rango de temperatura.

Comunicación visual

Es un proceso de interacción mental con ayuda de símbolos, formas y representaciones. Las experiencias se plasman en un material llamativo y con datos necesarios para conocer mejor el mundo. La comunicación visual puede ser y debe ser entendida desde la óptica constructiva de significaciones para conformar un lenguaje (Meza) 2017. Este tipo de

comunicación crea un nexo con la interacción y rebasa la perspectiva del sistema de simbolismos o formas; por prácticas sociales con las personas como portadores de cultura e indicadores que exhiben el verdadero significado y expresivo de lo visual. La comunicación visual adquiere notoriedad con el correcto uso del lenguaje visual y supera sus obstáculos con el estudio de los diseños creados; un entramado conceptual y de codificaciones. Hace parte relevante a los receptores y comprende la relación entre los signos, por esto, puede ser una manera de interrelación efectiva y complementaria con otros modos de expresión.

Intención comunicativa

Cualquier acción comunicativa humana se inicia en la necesidad de intercambiar información. Esta intencionalidad es un elemento importante ya que busca determinados objetivos con acciones. Es necesario aumentar la atención hacia el discernimiento de mensajes complejos; se ponga en práctica recursos lingüísticos, una buena relación entre emisor y receptor (Hernández) 2019.

A través de las conversaciones nos comunicamos. El medio por el que se lo realice no se rige a un solo modelo, porque existe el requerimiento de llegar al público o receptor. Entonces, la intención se configura como el medio para un fin y posibilita la variedad y a su vez plantea retos a superar. Frente a esto, las propuestas comunicativas necesitan componentes funcionales; reafirmando la condición del ser humano en continua exigencia de dar a conocer su punto de vista, respaldado en materiales útiles y diseños con mucho significado (Gómez y Fedor) 2016.

El emisor

Maneja un sistema de códigos con determinada habilidad y genera contenidos de información con la intención de comunicarse. Además, es quien codifica el mensaje e inicia la conversación o propone el acto comunicativo (Gavidia) 2015. Es el individuo, organización o grupo que, con alguna intencionalidad, traduce las intenciones en información y las envía hacia el receptor, tratando de notar cómo puede incorporarlo en

el acto comunicativo. Aplica los códigos frente a la realidad percibida para poder difundirla; distinguiéndose como un análisis puntual de sus vivencias. Por tanto, cuenta o debe contar con aptitud para obtener un diálogo entendible; constituyendo un canal de información.

Codificación

Proceso mediante el cual el contenido del mensaje es descrito mediante un sistema de signos, un lenguaje. Supone transformar la formulación de un mensaje a través de un proceso sistemático con tres tipos de codificación: abierta, axial y selectiva. En el primer caso, consta la pre-codificación; mediante esta codificación surge la codificación axial; una búsqueda activa y sistemática de la relación entre códigos del mensaje y las subcategorías. Finalmente, la codificación selectiva es la relación del contexto, concepto y teoría de un mensaje, sus códigos y la consolidación de los datos en un conjunto de proposiciones (Bonilla y López) 2016.

Mensaje

El contenido de la comunicación, codificado y adecuado al canal, constituye el mensaje. Es un esquema de comunicación; es el nexo entre el emisor y receptor, puede contener un alto nivel de material externo o parte del contexto o poner de manifiesto emociones, representaciones internas, forjadas desde la experiencia; mundo objetivo y subjetivo (Fajardo) 2009. Es vital entender al mensaje como la mejor prueba del análisis mental sin desconocer el carácter de las representaciones sociales, una verdadera interacción comunicativa.

Decodificación

Proceso de comprensión del mensaje, de interpretación de los signos según los códigos del lenguaje utilizado. Se refiere a la destreza para traducir las palabras en expresiones orales; participa la conciencia fonológica y el proceso de reconocimiento de palabras, a su vez, la construcción gráfica en la mente para agilizar el entendimiento; comprender lo que decodificamos (Paredes, 2006). Análogo, funciona la capacidad de relación entre los sonidos con las letras y todos los rasgos adicionales dentro de un mismo mensaje en el

que el receptor adquiere casi la totalidad del protagonismo. La aplicación de las reglas se realiza de manera explícita e implícita.

Receptor

El quien ejecuta el proceso de decodificación; filtra según pautas culturales, sociales, religiosas, laborales y su propia experiencia de vida. Recibe la señal y transforma cada uno de los códigos en conceptos perceptibles y fáciles de comprender para sí mismo y para estructurar una posible réplica (Zayas) 2012. Lleva a cabo la recepción; es el lector que materializa, de manera apelativa o conativa, las intenciones expresadas y trata de retroalimentar luego de descifrar los datos enviados por el emisor.

2.5.2.Variable dependiente

Protocolos para el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato.

Contextualización. Connotación conceptual

El abandono de las mascotas o animales de compañía es cada vez un tema considerado “normal” dentro de la sociedad; pero un verdadero problema ético, científico y social para los profesionales interesados por erradicar esto. Lamentablemente, el desconocimiento hace que las personas consideren a los animales como entes desechables cuando el contexto no es favorable para el ser humano; ya no los necesitan, no cuentan con recursos o creen que son un ente de transmisión de enfermedades (Coyago) 2015. Dentro de lo expresado, es vital entender los factores que actúan dentro de estas acciones incorrectas. Es decir, el abandono y descuido de los animales proviene de un problema de comunicación y conciencia, sin importar la circunstancia del entorno. Pues, la decisión de olvidar a las mascotas expone con claridad la necesidad de cambio dentro del factor visual a través de propuestas claras que alteren la mal llamada cotidianidad.

La ciencia ha determinado la veracidad del estudio dentro del cuidado de las mascotas; existencia de protocolos y la falta del conocimiento público. A más de esto, el grado de aceptación de lo antedicho no ha mejorado a pesar de las evidencias sustentadas y la

insistencia por crear espacios de igualdad y respeto hacia la vida de los animales. Por lo tanto, para llegar a la comprensión y ejecución de protocolos de cuidado, es trascendental entender que la connotación de bienestar exige puntos inexplorados; administración de tratamientos, prevención de enfermedades, correcta alimentación y entendimiento de las necesidades de su mascota (Solano) 2015.

Todavía no se ha identificado la fuente animal del 2019-nCoV, lo cual no significa que cualquier animal o su mascota puedan transmitirle el virus. Probablemente, una fuente animal de un mercado de animales vivos en China fue la responsable de algunas de las primeras infecciones notificadas en humanos. Para protegerse, cuando visite mercados de animales vivos, evite el contacto directo sin protección con animales vivos y las superficies que hayan estado en contacto con estos. (World Health Organization) 2019

Como organismo intergubernamental responsable de mejorar la sanidad animal en todo el mundo, la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) viene elaborando orientaciones técnicas dirigidas a servicios veterinarios y expertos técnicos.

Existe la posibilidad de que algunos animales resulten infectados por un contacto estrecho con personas infectadas, se requieren más datos para saber si los animales y las mascotas pueden propagar la enfermedad ya que aún es demasiado pronto para determinar si las mascotas pueden resultar otro vehículo de infección del COVID-19.

Frente a la falta de consideración de la población hacia las mascotas y la creciente demanda de una mejora en la comunicación, el diseño gráfico se ha convertido en una ciencia capaz de implicarse en asuntos de carácter social; con mayor razón en sus inconvenientes. El porqué de la conjetura antedicha cuenta con el sustento de que el diseño desarrolla soluciones mediante productos funcionales. Uno de ellos, los productos editoriales para crear mensajes a través de piezas gráficas para que la población comprenda e interprete el ambiente en su totalidad; logrando conductas para reforzar lo positivo y dejar de lado lo negativo (Toala) 2020. La composición y diagramación de

productos editoriales nacen de estudios previos y de acuerdo al nuevo modelo de trabajo del diseño gráfico, piensan en la operatividad dentro del contexto.

Medidas de desinfección. Acciones concretas

Teniendo en cuenta que los animales y los humanos pueden estar ambos afectados por este virus zoonótico, se recomienda que las personas que se sospecha o que se ha confirmado que están infectadas por SARS-CoV-2 limiten el contacto con animales.

En el manejo y cuidado de los animales, siempre se deben tomar medidas básicas de higiene. Estas medidas incluyen lavarse las manos antes y después de estar en contacto o manipular animales, su comida o sus artículos, así como evitar besarlos, dejar que nos laman o compartir comida. (World Health Organization) 2019

Gráfico 4.

Protocolos de bioseguridad



Fuente: (World Organization for Animal Health, 2020)

Protocolos de desinfección y cuidado de mascotas

Bienestar animal

“Podemos definir al Bienestar Animal como “el estado o la forma en que un animal enfrenta e intenta adaptarse a las condiciones de su entorno o medio ambiente.” (Aguilar) 2012

Según las normas internacionales de la OIE, el bienestar animal designa “el estado físico y mental de un animal en relación con las condiciones en las que vive y muere”. (World Organization for Animal Health) 2017

Las directrices que guían a la OIE en materia de bienestar de los animales terrestres incluyen también las «cinco libertades», enunciadas en 1965 y universalmente reconocidas, para describir los derechos que son responsabilidad del hombre, es decir, vivir:

- libre de hambre, de sed y de desnutrición;
- libre de temor y de angustia;
- libre de molestias físicas y térmicas;
- libre de dolor, de lesión y de enfermedad;
- libre de manifestar un comportamiento natural.

El bienestar de un animal depende de todas las personas, de sus dueños o cuidadores, a través, del cumplimiento de las condiciones señaladas, es decir, se establece grados de mayor o menor responsabilidad dependiendo de relación que se entable entre hombre – animal.

Derechos animales

“En su ambiente natural los animales se comportan instintivamente. En el reino animal no existe la noción de los derechos. Esta surgió en el transcurso de la historia humana. Cuando hablamos de los derechos de los animales, nos referimos a límites en el trato de los animales por parte de los seres humanos.” (Freedom Animal) 2015

En la actualidad la sociedad se ha visto sometida a demasiados cambios inesperados y ahí experimentado transformaciones, el estilo de vida humana se ha visto afectado y alterado razonablemente los, en particular los derechos tanto de personas como de animales han sido afectados, pero los animales se han visto afectados en cierta medida mayor por descuidos, abandonos y muertes, por tanto, es inadmisibile que se violente sus derechos

Tenencia responsable

“La tenencia responsable de nuestras mascotas o animales de compañía es indispensable ya que son seres vivos como nosotros y también tienen derechos”. (En Buenas Manos) 2015

La tenencia responsable de mascotas implica respetar los derechos de todo ser vivo. Debemos tratarlos con la consideración y el amor que se merecen, ellos dependen totalmente de nosotros para cubrir absolutamente todas sus necesidades y es nuestra obligación ocuparnos de que así sea.

Debemos proporcionarles alimento, agua, dedicarles tiempo para jugar, sacarlos a pasear y a hacer ejercicio, ocuparnos del cuidado de su salud, de su higiene, en fin, de todo aquello que sea necesario para que nuestro animal de compañía disfrute de una buena vida.

Protocolos de prevención del covid-19

Medidas Básicas. Componentes

La estrategia multimodal de la (World Health Organization) 2019, OMS, para mejorar la higiene de manos comprende los siguientes componentes integrados:

- 1) cambio del sistema para garantizar la disponibilidad de geles hidroalcohólicos para las manos, así como agua, jabón y toallas desechables/limpias;
- 2) formación teórica y práctica para todos los profesionales sanitarios sobre las prácticas óptimas de higiene de manos y su importancia;
- 3) evaluación y retroalimentación en cuanto a la infraestructura, el

grado de cumplimiento y otros indicadores relativos a la higiene de manos;

- 4) recordatorios y mensajes para recordar las medidas de higiene de manos a todos los profesionales sanitarios y a los pacientes y visitantes;
- 5) clima institucional de seguridad con compromiso visible de los altos directivos e implicación de todo el personal. Para que sea eficaz, un gel hidroalcohólico para las manos debe contener entre un 60% y un 80% de alcohol y cumplir la norma europea EN 1500 o las normas de ASTM International (anteriormente, Sociedad Estadounidense para Ensayos y Materiales).

Estrategias mundiales

- **Movilizar** a todos los sectores y comunidades para garantizar que cada sector del gobierno y de la sociedad asuma la responsabilidad y participe en la respuesta y en la prevención de casos mediante la higiene de manos, el protocolo de higiene respiratoria y el distanciamiento físico a nivel individual.
- **Controlar** los casos esporádicos y grupos de casos y prevenir la transmisión comunitaria mediante la detección rápida y el aislamiento de todos los casos, la prestación de los cuidados adecuados y la trazabilidad, cuarentena y apoyo de todos los contactos.
- **Contener** la transmisión comunitaria mediante la prevención del contagio y medidas de control adecuadas al contexto, medidas de distanciamiento físico a nivel de la población y restricciones adecuadas y proporcionadas en los viajes domésticos e internacionales no esenciales.
- **Reducir** la mortalidad prestando una atención clínica adecuada a los enfermos de COVID-19, asegurando la continuidad de los servicios sanitarios y sociales esenciales y protegiendo a los trabajadores de primera línea y las poblaciones vulnerables.
- **Desarrollar** vacunas y terapias seguras y eficaces que puedan ofrecerse a escala y que estén accesibles en función de la necesidad.
- **Las personas** deben protegerse a sí mismas y a los demás y adoptar conductas como lavarse las manos, evitar tocarse la cara, practicar una buena higiene respiratoria,

distanciamiento a nivel individual, aislamiento en una instalación comunitaria o en el hogar si están enfermas, identificarse como contacto de un caso confirmado cuando proceda y cooperar con las medidas de distanciamiento físico y las restricciones de movimiento cuando se solicite adoptarlas.

- **Las comunidades** deben empoderarse para garantizar que los servicios y la ayuda se planifiquen y adapten en función de su opinión y contexto locales. Las funciones críticas, como la educación comunitaria, la protección de los grupos vulnerables, el apoyo a los trabajadores sanitarios, la detección de casos, el rastreo de contactos y el cumplimiento de las medidas de distanciamiento físico solo pueden darse con el apoyo de todas y cada una de las partes de las comunidades afectadas.

- **Los gobiernos** deben liderar y coordinar la respuesta de todos los partidos para activar y empoderar a todas las personas y comunidades de modo que se impliquen en la respuesta mediante la comunicación, la educación, la participación, la creación de capacidades y el apoyo.

- **Las empresas** privadas deben garantizar la continuidad de los servicios esenciales como la cadena alimentaria, los servicios públicos y la fabricación de suministros médicos. Las empresas privadas pueden ofrecer conocimientos especializados e innovación para ampliar y mantener la respuesta, principalmente mediante la producción y distribución igualitaria de diagnósticos de laboratorio, equipos de protección individual, respiradores, oxígeno medicinal y otros equipos médicos esenciales a precios justos, y la investigación y desarrollo de pruebas de diagnóstico, tratamientos y vacunas.

2.6. Formulación de hipótesis

H0: “El uso del diseño editorial en el aspecto social no contribuirá a generar una concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”.

H1: “El uso del diseño editorial en el aspecto social contribuirá a generar concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”.

2.7. Señalamiento de las variables

2.7.1. Variable dependiente: Protocolos para el cuidado de las mascotas durante la pandemia por Covid-19 en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato.

2.7.2. Variable independiente: Diseño editorial digital

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis PEST

Político

La dinámica política ha cambiado con el paso del tiempo y las exigencias que surgen del entorno. Dentro de esto, ha alterado los límites de trabajo de cada uno de los responsables; es decir, las variables de estudio se incrementaron y modificaron varios mecanismos de acción. La atención pasa a un plano mucho más humanista y relaciona las necesidades de la población, con el entorno que se encuentran. Allí, ingresan los animales como seres con sentimientos y la necesidad de cumplir con sus derechos. Así, el término “política” parece direccionarse hacia un perfil amplio; en el que todos los seres cuentan con el mismo nivel de participación de derechos y el respeto es una acción cotidiana para todos. Por esto, llevar a cabo un estudio por medio de una ciencia comunicativa gráfica, potencia la intención antedicha para ubicar en un correcto medio las urgencias y notar al diseño como una fuente de posibilidades técnicas, científicas y realistas.

Aunado a lo anterior, el diseño gráfico pretende la modificación de aquella connotación conceptual, visual y practica de las mascotas dentro de la política, esto porque los animales no ingresan como sujetos de derecho o las políticas están pensadas desde la necesidad de las personas; fijando a los demás seres como un acompañante o parte inerte dentro de la existencia de los humanos. En este sentido, hablar de diseño dentro de la política es un tema, extraño, pero con posibilidades latentes para trabajar desde un grado de estudio superior, pues la política dirige las actividades de todo un país y es el punto de referencia para justificar la naturaleza de las relaciones sociales y la característica cultural. La política es un acto de subsistencia para la sostenibilidad y el desarrollo del entorno (Lobelle) 2017. Aquí, ingresa el diseño para complementar y plantear las diversas propuestas políticas en favor del desarrollo social y natural.

Se nos presenta un escenario donde las leyes en la Constitución del Ecuador garantizan los derechos de la naturaleza que sin embargo da a notar la falta de políticas integrales que protejan la integridad animal como tal, además de ser considerados en el código civil como simples objetos (República del Ecuador) 2017. Además de que el Código Orgánico de Ambiente indica que cada Gobierno Autónomo Descentralizado entre sus competencias ambientales tanto exclusivas como concurrentes señala que debe regular y controlar el manejo de la fauna urbana, pero esto dicho de manera teórica que al momento de ponerlo en práctica denota una clarísima falta políticas y verdaderas acciones en conjunto de las autoridades locales y nacionales que permita enfrentar estos problemas debido a una falta de organización.

Económico

La principal justificación de la población con relación al entorno natural y, más específico, con las mascotas, es el hecho de que no están dentro de la planificación familiar y los egresos e ingresos figuran estrictamente para el consumo de los integrantes, exceptuando a las mascotas. el trabajo que sea realiza con el diseño gráfico apunta hacia esa dirección para alterar esta llamada “cotidianidad” en la que el factor económico está enfocado en satisfacer las necesidades de las personas y los animales no ingresan en estas necesidades. Sin duda, el aspecto económico es una arista trascendental para el progreso de una nación y maneja la dinámica social y de percepción dentro de los grupos. Es así que, se ha evidenciado que el giro conceptual en esta materia es vital para transferir recursos hacia la atención y cuidado de las mascotas, suprimiendo la ideología de que estas acciones son un derroche de dinero y es en vano el esfuerzo.

Incluso en tiempos de crisis la economía jamás cambia de perspectiva. Las crisis externas e internas se deben a la preocupación por acceder a la mayor cantidad de recursos materiales para fortalecer la economía; pero de forma focalizada. Los recursos endógenos casi siempre quedan fuera del alcance de sus productores y el capital invertido excluye a la evolución de todo el entorno natural o lo efectúa en un espacio mínimo, logístico. El sistema productivo local puede y debe acudir al resto de fuentes existentes en un mismo entorno para complementar el trabajo; siempre que su objetivo sea propiciar el respeto y

participación activa de la sociedad en temas de involucrar a los animales en los grupos con necesidades y derechos (Valenzuela *et al.*,) 2021.

Social

Es oportuno iniciar con la interrogante: ¿qué es una mascota? La réplica, dentro del elemento social es liado asegurar que la definición se interese por describirlos como algo más que un objeto o compañía. En otros términos, ha crecido firmemente la existencia de las mascotas en el núcleo familiar y en la sociedad han obtenido diferentes acepciones de acuerdo a la circunstancia y exigencias de la población. En la mayor parte de casos el aspecto social ha fijado su expresión en: animales de compañía; pero no guarda relación con una terminología capaz de equiparar los derechos dentro del medio. Una palabra para intercambiar al vocablo “mascota” parece cada vez más complicado dentro de la filosofía de la población, esto por la enraizada costumbre de separar a todo lo que no corresponda a un ser humano. Parece impensable fomentar un acercamiento con las personas para alterar los dos términos predichos; pero todo se debe a la resistencia por el cambio (Díaz) 2017.

Toda forma de vida guarda relación natural y espiritual. La contradicción arbitraria y el aumento de las culturas, creen en una relación natural de servicio y contribución al cuidado de los bienes e integridad de quienes son dueños de las mascotas. Lo cierto es que, las diferencias señaladas responden al plano utilitario y material; la economía dentro de lo social y natural, una idea errada de las emociones y representaciones particulares. El rol de los animales en el mundo ha sido la evolución y acciones fundamentales para la integración del espacio natural y desarrollo del ser humano. Pese a esto, la explotación, debido al factor económico y cultural, está como una manera de plasmar las mejores decisiones para todo lo que rodea, está a la periferia y es obligación de las personas dominar y disponer; algo negativo para todos.

Tecnológico

El avance del ser humano se ve solidificado por la creación de dispositivos y medios capaces de facilitar las tareas cotidianas; acelerar, perfeccionar y visualizar un escenario antes de su desenlace. La tecnología, sin duda, es la mayor demostración de las destrezas y competencias de la población. La creciente demanda ha creado la necesidad de capacitar a la población en nuevos modos de trabajo y relación interpersonal e intrapersonal. El entorno tecnológico posee sus propias políticas, necesidades y aspiraciones; entre una de las principales, el impacto y consumo de sus usuarios; por lo que recurren a la programación creativa y utilizan una variedad de recursos para atraer e informar sobre el producto en desarrollo. A tal efecto, podemos decir que la parte tecnológica aprovecha las ocasiones creadas en lo cognitivo de las personas y lo visual sería el complemento (González y García) 2019.

Pese a lo descrito en líneas anteriores, el beneficio tecnológico no llega hasta las mascotas, es decir, las personas conocer mínimamente sobre ellos y sus cuidados por medio de la tecnología. Varias organizaciones han promovido el uso de la tecnología con fines investigativos, canalizar recursos para acercarse a la realidad de ciertas zonas y tomar del potencial gráfico, todo lo necesario y trabajar desde allí. Una de esas zonas está en las mascotas; seres poco apoyados y quienes menos espacio tienen dentro de los recursos tecnológicos o el material elaborado carece de creatividad y se aleja de la posibilidad de atrapar la atención del lector y crear un nexo entre su pensamiento y sus acciones. En suma, la tecnología ha invertido en la publicación de instrumentos competentes para las exigencias de los consumidores; la presencia de los animales, mascotas y la naturaleza en sí, está como una forma de entretener y exhibir; pero no para actuar cuando ellos necesitan de toda la ayuda.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Método

Método inductivo-deductivo

En el presente proyecto de carácter inductivo y deductivo, se aplicarán ambos criterios metodológicos que serán de gran ayuda en la realización de etapas como: la investigación, basados en los conocimientos adquiridos en la academia, a través del método inductivo se generará nuevo conocimiento, en la etapa de realización, el método deductivo servirá para aplicación de parámetros existentes sobre Diseño Editorial el cual servirá para difundir toda la información antes generada.

4.2. Enfoque de la investigación.

El enfoque de la investigación es de tipo mixto y adaptable, con el propósito de buscar diversas fuentes de información cualitativa como: características de la pandemia, análisis de contenidos, entrevistas y realidad en su totalidad, de igual manera es cuantitativa ya que se generando así un análisis con datos estadísticos y encuestas, creando así una relación del contexto social del problema y su relación con las variables de investigación. En cuanto al análisis de los resultados; se efectuó un estudio crítico de cada una de las interrogantes aplicadas, posteriormente, se triangulan los resultados para llegar a varias conclusiones valiosas para la investigación.

4.3. Modalidad Básica de la Investigación.

Investigación bibliográfica – documental:

- Es el proceso de recopilación de datos científicos que aporten directamente al desarrollo de la investigación, con recursos audiovisuales como reportajes oficiales, literarios como informes técnicos, fichas de análisis tanto de Sociedad y cultura, Protocolos de prevención del covid-19 y Protocolos para el cuidado de

mascotas, con el fin de una eficiente sustentación y análisis del problema de investigación con los datos obtenidos.

Investigación de campo:

Centrado principalmente en estudiar el problema desde el origen usando métodos de recolección de información como entrevistas, encuestas a involucrados directos en la problemática como veterinarios, autoridades municipales y propietarios, con el objetivo de analizar en profundidad todo lo relacionado con el problema.

4.4.Nivel o tipo de Investigación.

Explorativa

La exploración centra su atención, primero, en la cultura social de la población de Ambato sobre el fenómeno de la pandemia provocado por el COVID-19; aspectos negativos para ellos y su entorno. Luego, indaga en las características extraídas por parte de la ciencia hacia la relación humano-mascota; el tipo de incidencia física, salud y riesgos de forma bidireccional; los avances científicos acerca del cambio rotundo en tal relación y cómo ha incidido en las decisiones personales, familiares y en general hacia los animales; parte medular de la problemática. Así también, el trabajo se adentra en los antecedentes registrados por estudios anteriores. La necesidad se estableció debido al vínculo entre los social y diseño gráfico, interesado en problemas específicos de la población. Por último, este nivel de investigación llega hasta los criterios de los principales actores dentro de los límites investigativos, con el propósito de enlazar aquellos criterios y los postulados científicos para cotejarlos y de eso, llegar a una idea holística.

Descriptiva

La presente investigación es de tipo descriptivo, esto quiere decir que gracias a este método es posible un análisis y una interpretación sobre las condiciones que se presentan actualmente con el cuidado de las mascotas durante la pandemia, además de los métodos de desinfección sin que afecten a la integridad del animal. A través de técnicas

de recolección de información como encuestas y entrevistas dirigidas a profesionales en el campo veterinario que aportaran con su conocimiento de correctas medidas y cuidados de mascotas, diseñadores gráficos con su experticia en la comunicación y difusión de información por diferentes medios visuales y opiniones de propietarios de mascotas en cómo sobrellevaron la emergencia sanitaria.

Explicativa

La información obtenida se procesa mediante el análisis estadístico, elaboración de cuadros estadísticos y figuras para representar los porcentajes. En cada apartado se efectúa un análisis de las respuestas, por separado y relacionando los porcentajes de la pregunta actual y las anteriores. El objetivo de esto es crear un espacio de reflexión exhaustivo para contrastar, escoger y demostrar los datos más importantes y su impacto uno sobre otro. Luego de esto, para validar la hipótesis, se recurre al diseño de triangulación concurrente; detallando las categorías dentro de lo cuantitativo y cualitativo; posterior a esto, redactar la reflexión triangulando entre estas dos metodologías, la reflexión del autor y los postulados científicos.

4.5.Población y muestra.

Población

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, la provincia de Tungurahua está conformada por 441.034 habitantes entre hombres y mujeres, el cantón Ambato registra 329.856 habitantes hombres y mujeres, la ciudad de Ambato está conformada por 159.830 hombres y mujeres 170.026, de los cuales 154.095 conforman la zona urbana de la ciudad, donde se centra la investigación.

Para aportar una perspectiva más amplia del estudio se determina como fuente sustentable de información cualitativa a la Autoridad del Albergue Municipal de Ambato con el fin de saber cuáles son las medidas de bioseguridad que ellos toman dentro de sus instalaciones, sumando 1 a la muestra.

A la par se tomó como referentes a profesionales en el área de Diseño Editorial, con el objetivo de dar una mejor sustentación al tema de investigación.

Muestra

La fórmula de la muestra se ha aplicado con el 95% de confianza y 5% margen de error.

Datos:

N = tamaño de la población 154.095

Z = Nivel de confianza 1.96 para el 95%

p = Probabilidad de éxito 0.5

q = Probabilidad de Fracaso 0.5

d = error máximo admisible 0.05

Formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{154.095 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \cdot (154.095) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{102880.93}{268.77}$$

$$\text{Total: } n = 384$$

Se determina finalmente como: $n = 384$, es el tamaño de la muestra, incluyendo también las dos fuentes de información antes mencionadas.

Tabla 1.*Población y muestra*

	Población	Muestra	Técnicas
Población urbana de Ambato	154.095	384	Encuestas
Autoridad del albergue municipal Ambato	1	1	Entrevista
Profesional en Diseño Gráfico	3	3	Entrevistas
Profesional en el campo de la Veterinaria	3	3	Entrevistas

4.6.Operacionalización de variables.

Tabla 2

Variable independiente

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
<p>Diseño editorial</p> <p>Recurso que se utiliza para comunicar una idea o contar una historia con cierto enfoque mediante la organización y presentación de palabras y de imágenes contenidas en el cuerpo de texto.</p>	<p>Tipo</p> <p>Diseño gráfico</p> <p>Característica</p> <p>Soporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Social ● Multimedia ● Ilustración ● Imagen ● Formato ● Tipografía ● Maquetación ● Digital-online ● Impreso-offline 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo el Diseño Editorial ha tenido incidencia en temas sociales? 2. ¿Cuál ha sido el aporte del Diseño Editorial dentro de la comunicación visual? 3. ¿Qué posibilidades comunicativas nos ofrece el Diseño Editorial? 4. ¿Cuál es el aporte de la ilustración dentro del campo Editorial actualmente? 5. ¿En qué magnitud influye el uso de la tipografía en el mensaje que se desea transmitir? 6. ¿En cuanto a la distribución de elementos, de qué manera se puede determinar cuál sería la mejor para una correcta comprensión? 7. ¿Cuál es el enfoque principal del Diseño Editorial? 8. ¿Cuál es el medio más óptimo para la difusión de artes finales? 9. ¿Puede el Diseño Editorial ser un método visual capaz de crear conciencia en la población sobre problemáticas de interés común? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista ● Encuestas <p>Estas técnicas serán aplicadas a través de instrumentos como: guion de preguntas y cuestionarios a profesionales en el del diseño editorial con la finalidad de recaudar información que aporten al presente proyecto.</p>

--	--	--	--	--

Tabla 3

Variable dependiente

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
<p>Protocolos de desinfección de mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la Ciudad de Ambato.</p> <p>Acciones concretas para el cuidado de las mascotas durante la pandemia ocasionada por el COVID-19; con un formato editorial digital como soporte</p>	<p>Sociedad y cultura</p> <p>Protocolos de prevención del covid-19</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Propagación del virus ● Comunicación eficaz ● Medidas básicas ● Estrategias mundiales ● Bienestar animal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo definiría a las mascotas y cuál sería su función en el hogar? 2. ¿Considera que la definición de mascota y sus funciones en el hogar han cambiado o cambió a raíz de la pandemia por COVID-19? ¿Si, cómo? ¿no, por qué? 3. ¿Considera al COVID 19 como una enfermedad zoonótica? ¿Si, por qué? ¿No, por qué? 4. ¿Qué recomendaciones de bioseguridad daría a las personas para cuidar a las mascotas durante y post pandemia? 5. ¿Cómo pudimos evitar el abandono de las mascotas debido que causó la pandemia? 6. ¿Cuáles podrían ser las consecuencias de suministrar fármacos a las mascotas sin prescripción del veterinario? 7. ¿Cuáles han sido las iniciativas de la medicina veterinaria hacia el cuidado de las mascotas durante y post pandemia? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta a autoridades-población ● Entrevista a médico veterinario. ● Entrevista a médico veterinario. ● Encuesta a población-síntesis de información y cotejamiento. ● Entrevista a profesionales- encuesta a la población

y fuente de comunicación.	Protocolos de desinfección	<ul style="list-style-type: none"> ● Derechos animales ● Tenencia responsable 	<p>8. ¿En qué aspectos la Ciudad de Ambato debería preocuparse en mayor magnitud con relación al cuidado de las mascotas?</p> <p>9. ¿Cuáles podrían ser los métodos idóneos para socializar información real sobre el cuidado de las mascotas?</p> <p>10. ¿Considera necesario emplear la comunicación gráfica (ilustraciones, gráficos, diseño editorial), para enfatizar en el cuidado de las mascotas durante y post pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta a profesionales-público objetivo
---------------------------	----------------------------	---	---	---

Fuente: autor.

4.7. Técnicas de recolección de datos.

Las siguientes técnicas e instrumentos que se detallan a continuación serán empleadas para la recolección de información y su posterior análisis.

Tabla 4

Técnicas de recolección de datos

Tipo de fuente de información	Técnicas	Instrumentos
Primaria	Entrevistas Encuestas	Guion de preguntas dirigido a autoridades municipales, veterinarios y profesionales en el campo del diseño. Cuestionario dirigido al público objetivo.
Secundaria	Análisis de contenidos	Fichas de análisis de estadísticas de propagación del virus covid-19 Informes oficiales Referencias bibliográficas

Fuente: autor.

Tabla 5.*Plan de recolección de datos*

Preguntas Básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué personas u objetos?	Profesionales del diseño editorial, diseñadores gráficos, tipógrafos, doctores veterinarios y habitantes del cantón Ambato.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Diseño editorial, diseño gráfico, tipográfico, ilustración, uso de redes sociales para publicaciones de aspecto social.
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Christian Alexander Curay Pérez
5. ¿A quiénes?	A los miembros del universo investigado
6. ¿Cuándo?	Abril/2022 – Septiembre/2022
7. ¿Dónde?	Ambato (zona urbana)
8. ¿Cuántas veces?	El número de veces necesario
9. ¿Cómo? ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas, entrevistas
10. ¿Con qué?	Guion de preguntas, cuestionarios

Fuente: autor.

CAPÍTULO V

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Análisis del aspecto cuantitativo y cualitativo.

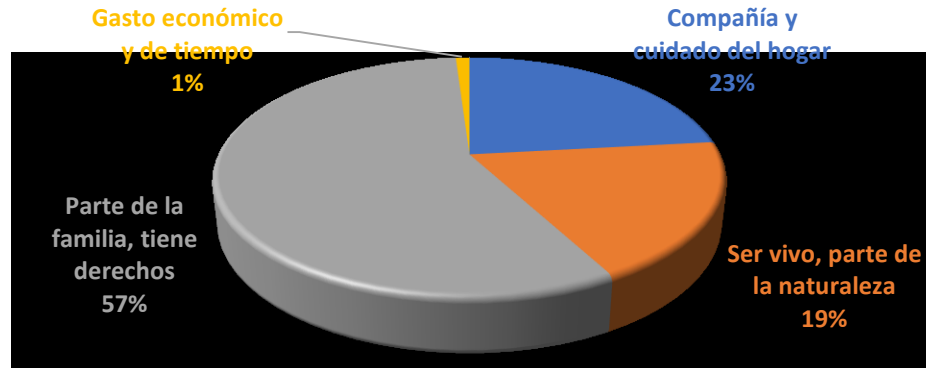
Los instrumentos de investigación fueron de tipo estructurado para la comunidad urbana de Ambato. Los temas analizados corresponden a la connotación sobre las mascotas; cuidado y prevención de enfermedades, acciones y actividades dirigidas hacia la coordinación y trabajo por parte de las entidades públicas y el nivel de aceptación de una propuesta basada en el diseño gráfico como medio de difusión de datos científicos hacia la comunidad ambateña en la mejora de su relación: humano-mascota en el periodo de la pandemia y post pandemia, todo, con el apoyo de cuadros estadísticos, análisis e interpretación. Por su parte, para los expertos en temas de veterinaria, diseño gráfico y gerencia en albergues, se aplicaron entrevistas abiertas sobre temas similares; pero con mayor incidencia técnica, científica y sus respuestas transcritas sin omitir criterios ni describir información irreal y con réplica crítico-argumentativa.

De esta forma y luego de aplicar los instrumentos de investigación estructurados con un total de 10 preguntas cerradas a un promedio de 387 personas y entrevistas abiertas a tres profesionales del área del diseño gráfico, veterinaria y coordinadores de albergues, se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta 1. ¿Cuál de las siguientes opciones considera es la definición de mascota?

Figura 1.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 1



Cuadro 1.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Compañía y cuidado del hogar.	Ser vivo, parte de la naturaleza.	Parte de la familia, tiene derechos.	Gasto económico y de tiempo.
Número de encuestados.	90	73	220	4

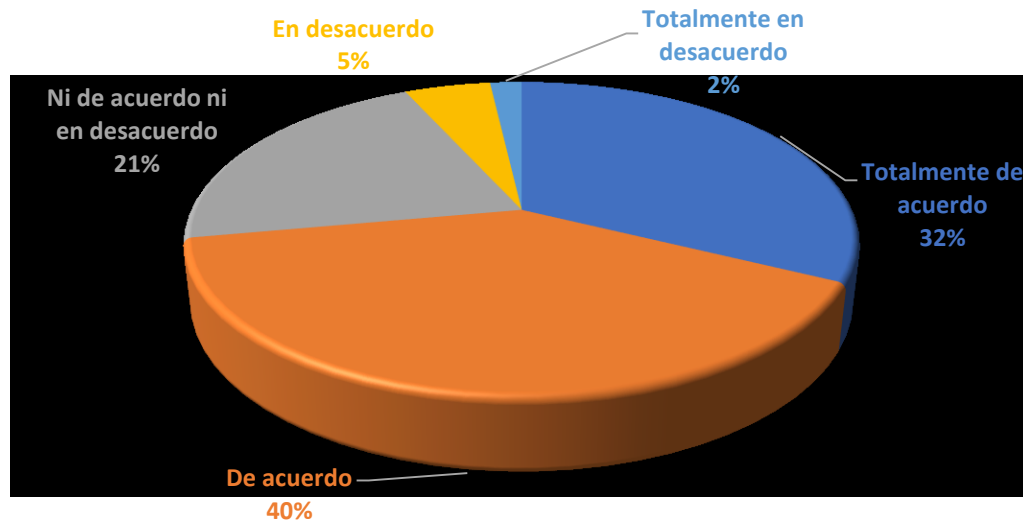
Análisis e interpretación

De la figura 1 es factible apreciar que el principal criterio escogido corresponde a que las mascotas son parte de la familia y tiene derechos con un 57%. El segundo criterio más importante es: son compañía y cuidado del hogar con un 23%. El 19 % le corresponde a que las mascotas son seres vivos, parte de la naturaleza y tan solo el 1% cree que la definición sea que las mascotas son gasto económico y de tiempo. No obstante, es posible inferir que el 24 % de los encuestados caracteriza a las mascotas como, únicamente, seres para compañía y protección del hogar, siendo una conjetura cuestionable ya que la conceptualización real carece de estas características. Por su parte, es valioso extraer el 76 % que adjudica a las mascotas una consideración diferente; relacionada a la práctica y consolidación de derechos, notar el vínculo con la naturaleza y su existencia dentro la familia.

Pregunta 2. ¿La pandemia ocasionada por el COVID-19 ha afectado a las mascotas?

Figura 2.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 2



Cuadro 2.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Número de encuestados.	124	153	81	19	7

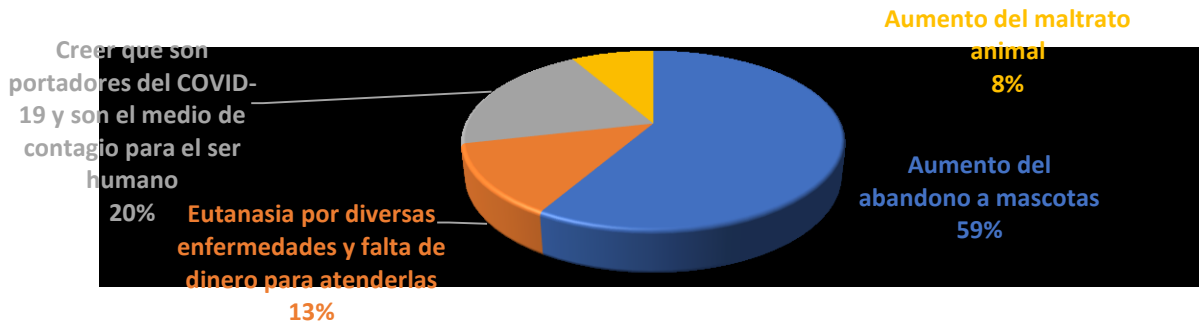
Análisis e interpretación

De la respuesta dos el dato más relevante es el criterio, de acuerdo, sobre la afectación del COVID-19 hacia las mascotas con el 40%. El 32% está totalmente de acuerdo con el criterio en mención. El 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo. El 5% está en desacuerdo y únicamente el 2% está totalmente en desacuerdo. Un total de 277 encuestados, el 72% de todo, replicó de manera favorable hacia la conjetura de un daño hacia las mascotas derivado por el COVID-19; demostrando el conocimiento real sobre una mascota y su existencia dentro del contexto. No obstante, el 21 % obtenido es un indicativo de desconocimiento de la realidad sobre las mascotas y el 7% se integra a la negativa de creer a las mascotas parte de una misma realidad.

Pregunta 3. Desde su perspectiva, ¿cuál de las siguientes opciones describe el principal resultado de la pandemia con relación a las mascotas?

Figura 3.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 3



Cuadro 3.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Aumento del abandono de mascotas.	Eutanasia por diversas enfermedades y falta de dinero para atenderlas.	Creer que son portadores del COVID-19 y son el medio de contagio para el ser humano.	Aumento del maltrato animal
Número de encuestados.	225	50	78	32

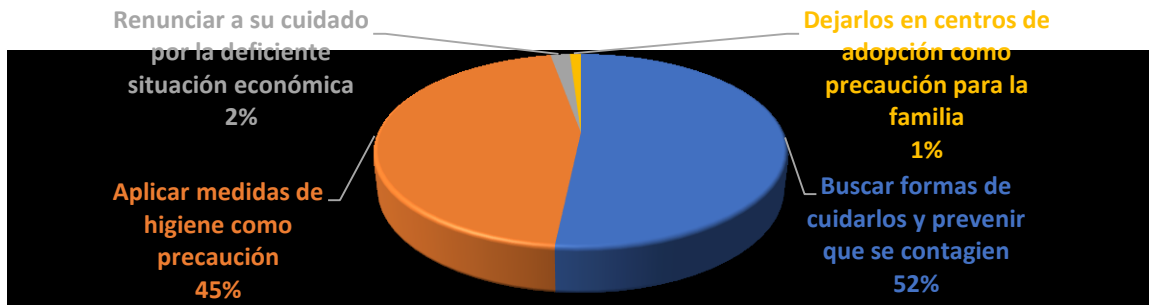
Análisis e interpretación

Del 100% obtenido en las respuestas a la pregunta 3, se llega a la siguiente conclusión: el porcentaje más alto sobre el resultado de la pandemia sobre las mascotas es el aumento del abandono a mascotas con un 59%. El 20% de los encuestados cree que el resultado es: creer que son portadores del COVID-19 y son el medio de contagio para el ser humano. La eutanasia por diversas enfermedades y falta de dinero para atenderlas obtuvo el 13% de aceptación y por último el 8% al aumento del maltrato animal. En este caso, la información destacada se agrupa en un 59% sobre la desinformación de los propietarios y las acciones radicales; ejemplo de lo expresado está en la réplica de 225 encuestados. Por otra parte, las eutanasias y falta de ingresos económicos soportan la conjetura de notar a las mascotas como seres para un fin preestablecido por el ser humano; algo lejos de un concepto humanista.

Pregunta 4. De acuerdo a su situación, ¿cuál de las siguientes opciones escogería para aplicarla con su mascota durante y postpandemia?

Figura 4.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 4



Cuadro 4.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escaleta	Buscar formas de cuidarlos y prevenir que se contagien	Aplicar medidas de higiene como precaución	Renunciar a su cuidado por la deficiente situación económica.	Dejarlos en centros de adopción como precaución para la familia.
Número de encuestados.	200	176	7	4

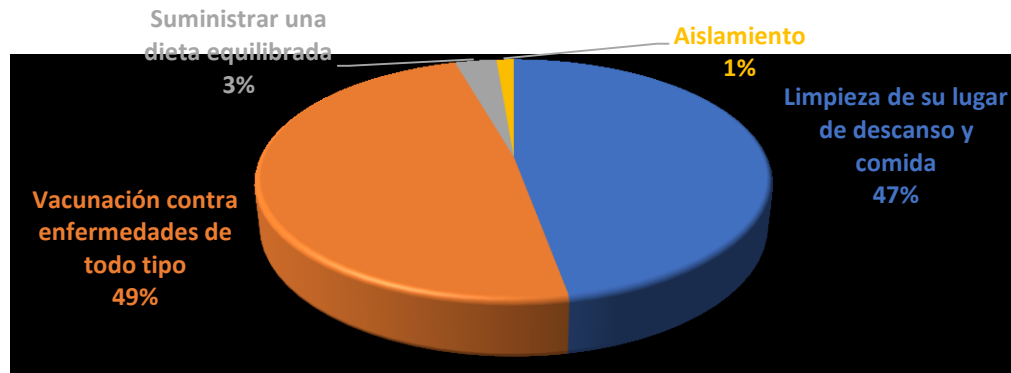
Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 52% buscaría formas de cuidar a sus mascotas y prevenir que se contagien. El 45% aplicaría medidas de higiene como precaución. Los porcentajes más bajos tienen las opciones de renunciar a su cuidado con un 2% y dejarlos en centros de adopción como precaución para la familia con el 1%. El 97% entre los porcentajes más altos implican un compromiso por parte de las entidades con relación al acceso de esta información y su divulgación. Lo dicho responde a que un 3% con decisiones adversas es razón para argumentar la necesidad de contar con espacios de información valiosa para que pueda ser utilizada por la ciudadanía.

Pregunta 5. De los siguientes tipos de cuidado, ¿cuál ha aplicado con mayor frecuencia en su mascota?

Figura 5.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 5



Cuadro 5.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Limpieza de su lugar de descanso y comida	Vacunación contra enfermedades y riesgos de todo tipo	Suministrar una dieta equilibrada	Aislamiento
Número de encuestados.	181	186	12	5

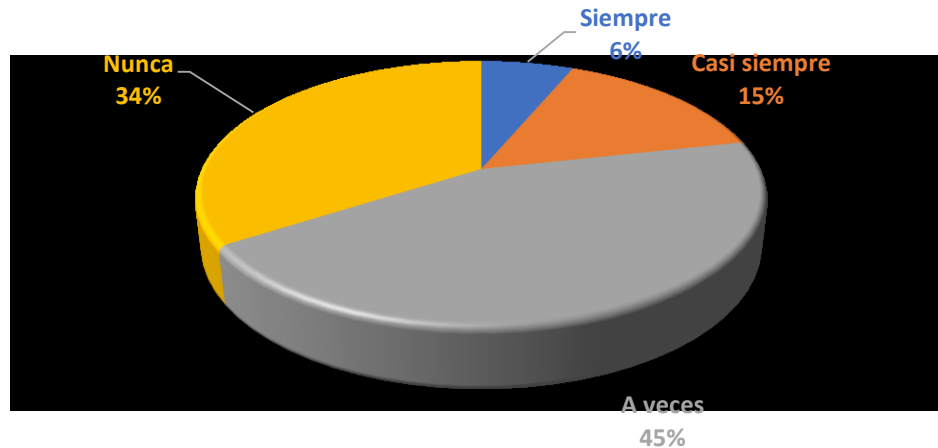
Análisis e interpretación

De todos los encuestados, 186 de ellos lo que corresponde al 49% opta por la vacunación contra enfermedades y riesgos de todo tipo como el principal cuidado. La limpieza de su lugar de descanso y comida obtuvo el 47%. El suministro de una dieta equilibrada cuenta con el 3% y el aislamiento alcanzó solo el 1%. El interés, para este apartado, está en el 1% destinado al aislamiento como tipo de cuidado, es decir, una forma de prevención no guarda relación con aislar a las mascotas; en su lugar, es mejor vacunar y limpiar el lugar de descanso para evitar contagios de todo tipo de patologías; 367 personas están a favor de esta idea.

Pregunta 6. ¿las entidades municipales han socializado formas de cuidado de las mascotas en la Ciudad de Ambato durante y post pandemia?

Figura 6.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 6



Cuadro 6.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Número de encuestados	24	58	169	130

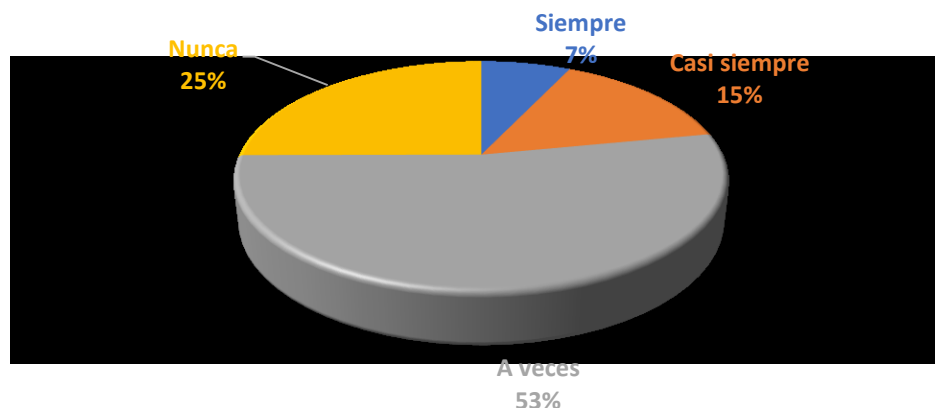
Análisis e interpretación

De la pregunta número 6 es posible extraer la siguiente información: del 100%, el 45% cita que a veces las entidades municipales del cantón Ambato han socializado formas de cuidado de las mascotas. El 34% opina que nunca lo han efectuado. 15% dice casi siempre y el 6% siempre. En relación a esto, la crítica se puede dirigir hacia el requerimiento de mayor apoyo con relación a la difusión de datos para el cuidado de las mascotas; el 79% de las personas, un total de 299, aclaran la carencia de material para comprender una situación concreta. Es complejo certificar un 21% de apoyo a la existencia de métodos de comunicación sobre cuidados de las mascotas, desde el punto de vista lógico y en la práctica, mucho más.

Pregunta 7. ¿los medios de comunicación (radio, televisión, prensa, etc.) han socializado a la población las medidas necesarias para cuidar a las mascotas durante y post pandemia?

Figura 7.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 7



Cuadro 7.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Número de encuestados	27	57	203	96

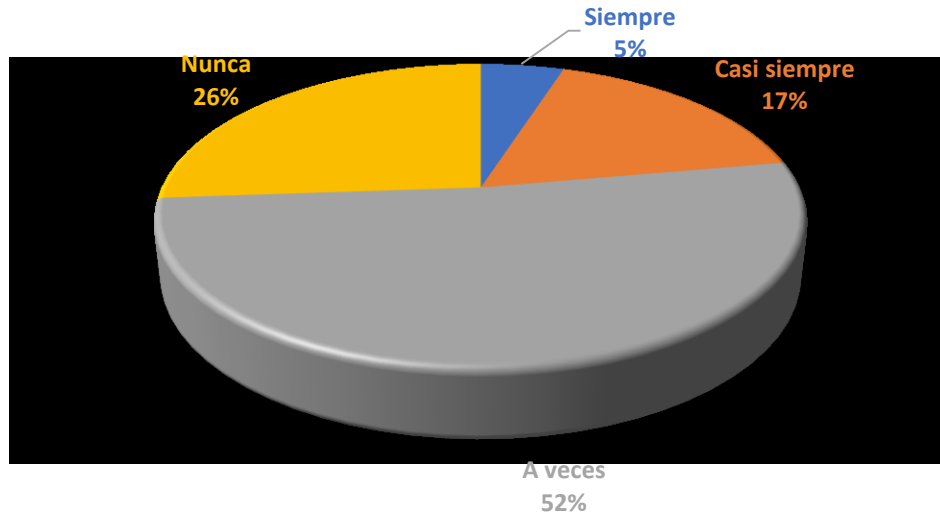
Análisis e interpretación

De las respuestas a la pregunta 7, del 100%, el 53% cita que a veces los medios de comunicación socializan medidas necesarias para cuidar a las mascotas durante y postpandemia. El 25% escogió el criterio: nunca. El 15% le corresponde a casi siempre y 7% al ítem siempre. Dentro de este apartado es pertinente resaltar el 78% agrupado en una frecuencia baja de socialización; pone en evidencia la falta de material para trabajar con la comunidad en su responsabilidad de cuidar a las mascotas. Del mismo modo, la inferencia expuesta es un referente para estudiar la urgencia de un aporte por parte de los medios de comunicación hacia las propuestas para promover el derecho de las mascotas y cumplimiento de varios derechos.

Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia se ha utilizado la comunicación gráfica (ilustraciones, imágenes, diseño editorial, dibujos) en la Ciudad de Ambato para dar información sobre el cuidado de las mascotas durante y post pandemia?

Figura 8.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 8.



Cuadro 8.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Número de encuestados	19	66	198	100

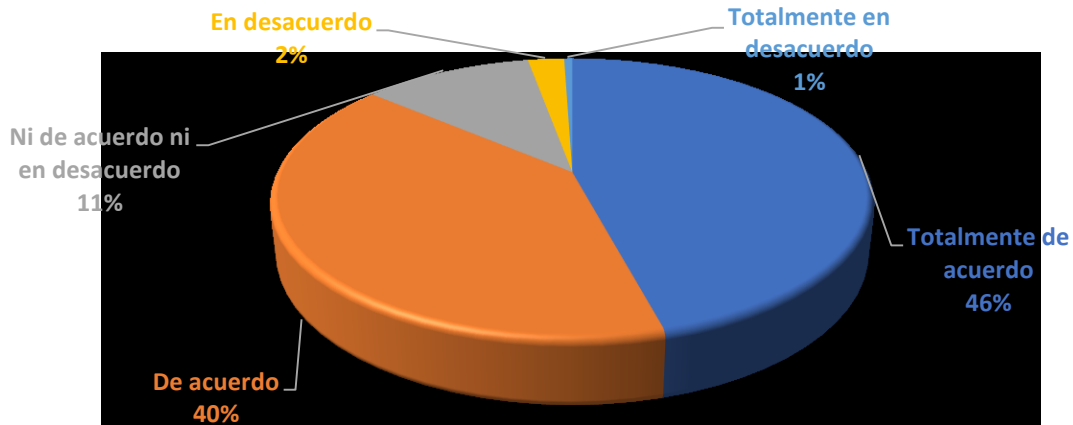
Análisis e interpretación

A partir de los resultados de la pregunta 8 es preciso citar el principal porcentaje con un 52% corresponde al ítem de: a veces, en el tema de la frecuencia en la utilización de la comunicación gráfica en la Ciudad de Ambato. El ítem, nunca, obtiene el 26 %. Casi siempre, tiene el 17% y siempre, tan solo el 5%. El comentario del 78%, un total de 298 encuestados, revela la poca utilidad atribuida hacia la comunicación gráfica y el requerimiento por mayor atención hacia esta modalidad comunicativa. La garantía de este supuesto recae en el apoyo del 22% a la frecuencia del uso de la comunicación gráfica. Sin duda, la sugerencia por aplicar esta técnica de tipo visual, es potencial.

Pregunta 9. ¿considera oportuno conocer medidas de bioseguridad para aplicarlas con las mascotas durante y post pandemia?

Figura 9.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 9.



Cuadro 9.

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Número de encuestados.	176	155	42	9	2

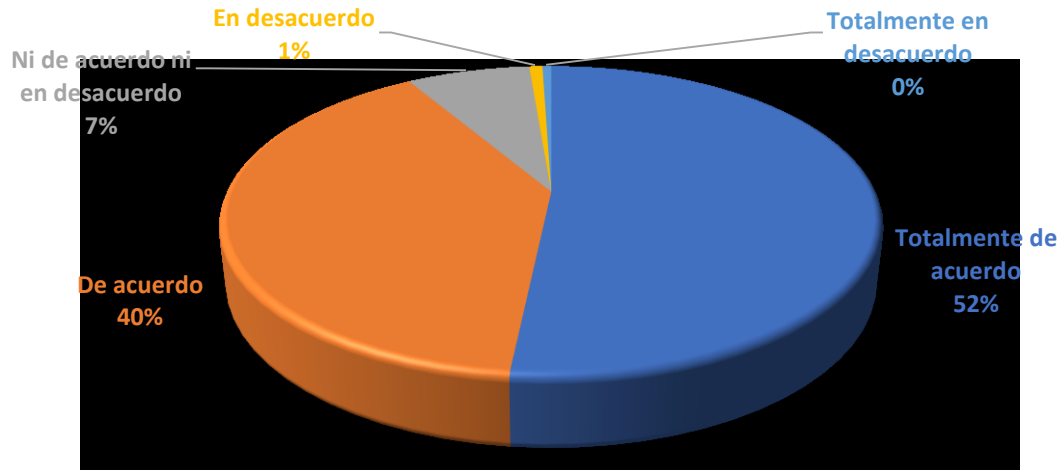
Análisis e interpretación

A partir de las respuestas de la pregunta 9, del 100%, se puede decir que el 46% de los encuestados están totalmente de acuerdo en la necesidad de conocer medidas de bioseguridad para aplicarlas con sus mascotas durante y postpandemia. El 40% está de acuerdo; el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 2% en desacuerdo y el 1% totalmente en desacuerdo. Un porcentaje de 86% entre las opciones de acuerdo y totalmente de acuerdo, son las directrices para formular nuevos modelos comunicativos con la población y su necesidad en materia de salud, en específico, con sus mascotas. Tan solo el 14% favorece la ideología de no requerir información relacionada con el cuidado de las mascotas de manera científico-práctica.

Pregunta 10. ¿considera necesaria la comunicación gráfica (ilustraciones, imágenes, diseño editorial, dibujos) para transmitir información acerca de los cuidados para las mascotas durante y post pandemia?

Figura 10.

Representación gráfica de las respuestas a la pregunta 10.



Cuadro 10

Cantidad de encuestados y su preferencia de acuerdo a cada ítem.

Escala	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Número de encuestados.	200	154	28	3	2

Análisis e interpretación

Con respecto a las respuestas de la pregunta 10, del 100%, el 52 % está de totalmente de acuerdo en la idea de emplear la comunicación gráfica para transmitir información sobre el cuidado de las mascotas durante y post pandemia. El 40 % dice estar de acuerdo; ni de acuerdo ni en desacuerdo está el 7%; en desacuerdo el 1% y nadie está totalmente en desacuerdo o el 0%. Sin duda, el material gráfico puede significar un medio de trabajo útil para el conocimiento público; el 92% de aprobación o criterio de acuerdo, ratifican lo expresado.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar la realidad del albergue municipal de la Ciudad de Ambato con relación a las mascotas durante y post pandemia ocasionada por el COVID-19.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Andrés Suarez

Título Médico Veterinario

Cargo-Función Médico Veterinario

Lugar Albergue municipal de Ambato

Fecha 14 de julio de 2022

1. ¿Cuál o cuáles son las funciones que desempeña el albergue?

La función del albergue municipal es acoger a las mascotas en situación de calle también en labor es brindar cirugía de esterilización en hembras, castración en machos también nosotros como albergan municipal ofertamos lo que es servicio de vacunación preventiva para perros y gatos y nuestro producto estrella y lo principal es incentivar las adopciones.

2. ¿Cuál de todas las funciones considera es la más compleja de llevar a cabo?

Bueno la más compleja de llevar a cabo como albergue municipal es la socialización con las personas para fomentar una tenencia responsable de mascotas ya que no depende de nosotros sino de la cultura de la gente y nosotros como poder llegar hacia las personas y que de otra forma hagan conciencia y tener el objetivo principal que es esterilizar a las mascotas, no abandonar a las mascotas y brindar una atención preventiva para su salud

3. ¿Considera que las actividades o funciones del albergue han cambiado a partir de la pandemia ocasionada por el COVID-19? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

Bueno la pandemia si afectó socialmente a todo el mundo, entonces acá en el albergue si fuimos afectados lo que es en las visitas de los usuarios para que vengan adoptar ya que nos encontramos en una pandemia por lo que imposibilitaba a los ciudadanos venir acá al albergue a adoptar, venir acá esterilizar entonces de una u otra forma si nos sentimos afectados en la pandemia.

4. ¿Qué cambios específicos se han realizado en el albergue a partir de la pandemia?

Algo que sí te puedo decir qué es lo que pudo aumentar a la raíz de la pandemia es el abandono de mascotas ya que la pandemia afectó en lo económico a familias donde no tenían los recursos para solventar en alimentación en salud y por lo que los más afectados resultaron los animales, donde hubo un sin número de abandono de canes de gatos entonces sí, sí afectó al albergue bastante en ese sentido en lo de la pandemia.

5. ¿Cuál considera ha sido el resultado de la pandemia con relación a las mascotas?

La pandemia afectó en lo que es el abandono de las mascotas eso fue una de las de los factores como resultado de lo que lo que obtuvimos en la pandemia, claro que en una en una menor medida si hubo también la gente empezó hacer un poco de conciencia, se empezó a refugiarse en las mascotas un poco de porcentaje pero sí personas que vinieron a refugiarse en mascotas, se quedaron sólo se quedaron sin familia, familias que tuvieron que emigrar a otro lado, ellos optaron por venir a adoptar una mascota y eso también fue un cambio positivo.

6. ¿Qué métodos sanitarios se han aplicado en el albergue para sobrellevar la pandemia?

Nosotros como albergue y como una sección del Municipio de Ambato nosotros tenemos protocolos a seguir para nuestros usuarios los cuales fueron el uso obligatorio de la mascarilla, usar gel, alcohol también nosotros aquí a las personas que llegaban al albergue les sanitizábamos teníamos productos específicos para las personas que ingresan, las fumigaciones diarias todo eso se aportó como albergue municipal se aplicaron protocolos de bioseguridad.

7. ¿Cómo caracterizaría la connotación social con relación a las mascotas, consideradas un foco de propagación del COVID-19?

Mas que todo un foco de propagación por vectores ya que si una mascota está en contacto con una persona con COVID por lo tanto esa esa mascota si al toser la persona infectada en el cuerpo del animal y ese animal fue a otra persona que está libre de COVID, pues si lo va a contagiar, es como nosotros con la ropa si no desinfectamos pues nos vamos a contagiar, pero no a las mascotas son una fuente de contagio indirecto.

8. ¿Qué actividades ha promovido o promueve el albergue como crítica hacia los aspectos negativos de los que han sido objeto las mascotas a raíz de la pandemia?

Lo principal era que decían que las mascotas son las que transmiten el COVID, entonces una cosa es que las transmita directamente y otra cosa es que las transmita por vectores indirectamente.

9. ¿Qué recomendaciones daría a las personas para afrontar la pandemia sin perjudicar a sus mascotas?

En las mascotas las mascotas son un integrante más de la familia instrumento de nuestra casa es mascotas también necesitan un hogar necesitan ser tratadas como un miembro más de la familia en este aspecto te digo nosotros a partir de la pandemia como te explicaba había personas que abandonan yo no puedo abandonar un hijo yo no puedo poner un sobrino las mascotas tienen que sentirse y tienen que darse en el grupo familiar de una manera igualitaria entonces nosotros como nosotros queremos que las personas sean más conscientes y el momento de adquirir una mascota sepan que tienen un

10. ¿El albergue municipal ha empleado la comunicación gráfica (ilustraciones, diseño editorial, dibujos) para dar a conocer sus recomendaciones para cuidar a las mascotas durante la pandemia? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?

Bueno pues nosotros como una sección del municipio de Ambato si nos hemos sentidos relegados en ese sentido, ya que la mayoría de como tú dices comunicación gráfica se ve más reflejada en actos o eventos que se realizan dentro de la ciudad mas no tanto enfocados a lo que es el albergue o las actividades que realizamos, entonces creo que no hemos empleado o la que se ha empleado ha sido ineficaz.

11. ¿Considera que la comunicación gráfica es una manera idónea para concienciar a los propietarios de las mascotas sobre el cuidado que deben tener durante la pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

En ese aspecto como dije anteriormente pienso que sería la mejor manera para que nosotros como institución que busca socializar y educar a la población sobre el cuidado de las mascotas y una tenencia responsable sería muy útil la comunicación gráfica, algo que llame la atención de las personas y genere interés para que se pueda generar conciencia del cuidado de las mascotas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los médicos veterinarios con relación a la realidad de las mascotas durante y post pandemia por COVID-19.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Patricio López

Título Doctor en Medicina Veterinaria y Zootecnia, Diplomado en especies menores en cirugía anestesiología y clínica de perros

Cargo-Función Propietario

Lugar Mundo Animal, Ambato - Castillo y Olmedo frente a Radio Centro

Fecha 12 de julio de 2022

1. ¿Cómo definiría a las mascotas y cuál sería su función en el hogar?

Bueno las mascotas en la actualidad ya aparte de ser el guardián que antes solían ser, ahora ya es compañía, antiestrés, juguete ya son un todo, un integrante más de la familia en verdad ya el que quiera opinar diferente ya depende, pero ya las mascotas ya son parte de nuestra simplemente se crían y algunos hasta duerme con las mascotas, sufren, lloran y en verdad ya son un integrante más de la familia.

2. ¿Considera que la definición de mascota y sus funciones en el hogar han cambiado o cambió a raíz de la pandemia por COVID-19? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?

Claro, en la actualidad a raíz de la pandemia las mascotas como ya los propietarios se quedaban en casa algunos han emprestado diferente cuidado, algunos más otros menos tal vez por economía los que han tratado que o sea en menor grado, pero en cambio se han afianzado se han unido más porque con el tiempo en el que pasaban encerrados, momento si pasa uno con alguien ese es su hermano, su amigo, su compañía.

3. ¿Considera al COVID 19 como una enfermedad zoonótica? ¿Si, por qué? ¿No, por qué?

Claro si se ha oído, no me consta, pero se ha oído que hay COVID en animales, aunque el coronavirus como tal en los animales habido, yo tengo ahí papeles desde el año 94 que ya formaron vacuna en perros de coronavirus, pero esto no es coronavirus, o sea es coronavirus más el Sars-cov-2 no se puede decir si esa combinación afecta, pero se ha oído, hay casos pocos, pero los hay, en ese caso ya llegaría a ser una zoonosis.

4. ¿Qué recomendaciones de bioseguridad daría a las personas para cuidar a las mascotas durante y post pandemia?

Sería lo mismo no que hacemos en las personas así como la limpieza y lavado de manos, desinfección del calzado igual de los perros si se puede hacer, un pañito húmedo tal vez algún alcohol suave para limpiar las patas o sea debería ser más o menos el mismo fin, porque la final nosotros nos cuidamos y si el perro en la calle va pisando todo y llega a la casa y si nos estamos cuidando de una pandemia también debería colaborar el, entonces cómo él no sabe nosotros deberíamos limpiar lo que son las patitas, hay pañitos para eso, limpiar la boquita, el manto y no exponerlo mucho.

5. ¿Cómo pudimos evitar el abandono de las mascotas que causó la pandemia?

Bueno el abandono masivos si se dio a las mascotas como estoy diciendo a parte primero fue que era nuestro amigo y ahora nosotros pasamos más con ellos tal vez pasa lo mismo pero yo creo que fue más necesidad de medios económicos porque si algunos no tenían para comer peor para dar de comer al perro, creo que esa fue la principal causa para que se abandonen mascotas, para que no se hagan tratamiento y que porque a veces algún tratamiento por diminuto que sea el propietario si no tienen las condiciones lógicamente que puedo hacer, es que a veces hay gente sin conciencia también porque la conciencia del individuo es la que determina si se hace cargo sea de una mascota, de un individuo o de un niño enfermo.

6. ¿Cuáles podrían ser las consecuencias de suministrar fármacos a las mascotas sin prescripción del veterinario?

Bueno las consecuencias de suministrar fármacos, algunas de los humanos nos sirven, otras si otras no, el principal determinante es la dosificación usted sabe que los fármacos humanos están dados para un peso estándar de por lo menos 60,80 y 100 kilos lo que pesa una persona y un animalito pesa desde 2 kilos de hasta 60 entonces el administrar fármacos como no se saben las dosis aparte que le pueden crear algunos resistencia, sobredosis hasta la muerte porque generalmente eso produce un fármaco mal administrado, la parte principal de la dosificación para mí y algunos que son prohibidos para los animales como los fármacos antiinflamatorios esos no se puede, tienen otra forma no y están estudiados ni comprobados en perros.

7. ¿Cuáles han sido las iniciativas de la medicina veterinaria hacia el cuidado de las mascotas durante y post pandemia?

Las iniciativas han sido el cuidado primeramente, la limpieza, la desinfección tratar más o menos lo mismo que le ha pasado al humano sea alimentación sana, los paseos que se deberían haber dado porque la mascota también se estresa no solo el humano se estresa también las mascotas si es que no sale entonces la persona que se cuidaba por COVID por lo menos debió haber salido algo, lo mismo el perrito recorre la manzana aunque sea podías haber hecho, el cuidado de la desinfección debería ser tratarle igual, si bien la mascarilla no se puede pero tal vez de alguna manera nos asustamos también, todos nos asustamos inclusive siendo yo veterinario me daba recelo sacarle a mi perro porque se oía que el virus se transmitía y como no me consta

no puedo decir yo en nuestra clínica nunca hemos tenido un caso, nos hemos limitado tal vez de hacer los mismos test que se usaban en el humano o los test de coronavirus de los perros para tratar si es que alguna de esas enfermedades eran COVID, pero dando gracias a dios, no ha salido un caso al aquí en la ciudad.

8. ¿En qué aspectos la Ciudad de Ambato debería preocuparse en mayor magnitud con relación al cuidado de las mascotas?

Verdaderamente yo creo que los municipios serían los más indicados ya que albergues están hechos, deberían acoger más, donaciones para alimentación, tratar de incentivar a la gente para que adopte las mascotas de la calle, algún plan que el gobierno tenga sobre identificar a las mascotas sea microchip o cedula para que se pueda de alguna manera castigar al propietario que abandone mascota, ese sería la iniciativa por qué no sacas nada esterilizando, pasa lo mismo o sea el municipio debería preocuparse por identificar primerito con algún chip o con alguna de esas cosas, al momento que se tenga eso ya se sabe el propietario y si el propietario le bota multar pero a el propietario porque aquí paga es el perro le cogen primero a castrarle a esterilizar en definitiva eso es sufrimiento para el animal, someterle a una cirugía y no sabe porque pero a la final es al dueño es el que debe pagar las consecuencias.

9. ¿Cuáles podrían ser los métodos idóneos para socializar información real sobre el cuidado de las mascotas?

Me imagino que la promoción la promoción es o sea promocionar bueno por los medios porque existen conseguir alguna manera de algún programa algo televisivo algo radial pero que se encargue que sea común que incentiven a la gente a oír a ver eso, clases de entrenamiento, entonces a gente se va a concientizar sobre las mascotas porque la verdad a la final nunca nadie sabe de qué se trata si no solamente cuando van al veterinario los que van ahí se enteran que hacer como cuidar, que debe comer, que les hace daño pero la mayoría de gente que tiene su perrito tiene le da su comida no sabe años o si le hace daño, jamás desparasitan, jamás vacunan ni les bañan o si les bañan les bañan con cosas del humano que a la final les hace daño entonces la conciencia es primerito, promocionar los mismos veterinarios del colegio veterinario si hubiera debería promocionales y si es que están a cargo de los municipalidades, no que solamente están preocupados de esterilizar de captura no creo que sea eso lo idóneo, lo idóneo será lo que ustedes preguntan o sea promocionar, socializar a la gente para que sepa que es meterse con una mascota.

10. ¿Considera necesario emplear la comunicación gráfica (ilustraciones, gráficos, diseño editorial), para enfatizar en el cuidado de las mascotas durante y post pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

Claro siempre es importante todo lo que sea información de cualquier tipo es importante ya sean afiches, carteles, medios radiales, televisivos, internet, todo sería útil, antes al perro se le tenía más ahora ya no pues o sea ya ha cambiado a través de la difusión mismo y ya están la gente condicionada más o menos sabe qué pasa sabe que es un perrito y los niños han comenzado a quererles más, lo que yo opino es que

la mascota es lo más bonito que le puede suceder a un hogar, están ahí en todo momento, solamente ha hecho falta conciencia de las personas para no darse cuenta lo que sucede, una mascota llena un hogar.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los médicos veterinarios con relación a la realidad de las mascotas durante y post pandemia por COVID-19.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Carlos Israel Guevara Arroba

Título Médico Veterinario Zootecnista

Cargo-Función Médico Veterinario en el complejo deportivo intercultural Mushuc Runa

Lugar Complejo deportivo intercultural Mushuc Runa

Fecha 13 de julio de 2022

1. ¿Cómo definiría a las mascotas y cuál sería su función en el hogar?

Las mascotas son animales que actualmente se consideran familia y compañía en el hogar.

2. ¿Considera que la definición de mascota y sus funciones en el hogar han cambiado o cambió a raíz de la pandemia por COVID-19? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?

Considero que ha cambiado un poco porque al pasar mucho tiempo en el hogar en la pandemia, se pasó a convivir más con las mascotas en el hogar.

3. ¿Considera al COVID 19 como una enfermedad zoonótica? ¿Si, por qué? ¿No, por qué?

No, porque no se puede transmitir a los animales, ni los animales a los humanos.

4. ¿Qué recomendaciones de bioseguridad daría a las personas para cuidar a las mascotas durante y post pandemia?

Cuidados como desparasitaciones, vacunas, una buena alimentación y chequeos médicos generales.

5. ¿Cómo pudimos evitar el abandono de las mascotas que causó la pandemia?

Pudimos esterilizar a las mascotas para que no puedan tener tantas crías principalmente las que están abandonadas en las calles.

6. ¿Cuáles podrían ser las consecuencias de suministrar fármacos a las mascotas sin prescripción del veterinario?

Pues la principal es la intoxicación de las mascotas principalmente, medicamentos como son el paracetamol que es muy tóxico para los perros y gatos.

7. ¿Cuáles han sido las iniciativas de la medicina veterinaria hacia el cuidado de las mascotas durante y post pandemia?

La iniciativa hacia las mascotas sería tenerlas con un buen estado físico y buen estado de salud también sacando los a pasear debido a que pueden presentar síntomas de estrés.

8. ¿En qué aspectos la Ciudad de Ambato debería preocuparse en mayor magnitud con relación al cuidado de las mascotas?

En mayor magnitud, en los animales abandonados en las calles porque es de ahí donde también pueden presentarse enfermedades como la rabia.

9. ¿Cuáles podrían ser los métodos idóneos para socializar información real sobre el cuidado de las mascotas?

Asistir a los veterinarios a una clínica veterinaria, seguir páginas que nos ayuden con consejos para tener las mascotas con un buen estado físico y de salud

10. ¿Considera necesario emplear la comunicación gráfica (ilustraciones, gráficos, diseño editorial), para enfatizar en el cuidado de las mascotas durante y post pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

Sí sería un buen método ya que las personas se fijan en imágenes, videos y todo lo relacionado que los atraiga más para poder cuidar a sus mascotas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los médicos veterinarios con relación a la realidad de las mascotas durante y post pandemia por COVID-19.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Andrés Suarez

Título Médico Veterinario

Cargo-Función Médico Veterinario

Lugar Albergue municipal de Ambato

Fecha 14 de julio de 2022

1. ¿Cómo definiría a las mascotas y cuál sería su función en el hogar?

Las mascotas en el hogar tendrían que ser un miembro más de la familia, tratarles como un hijo más donde es que se le den los cuidados necesarios como a cualquier humano en la parte alimentación, salud y cuidado.

2. ¿Considera que la definición de mascota y sus funciones en el hogar han cambiado o cambió a raíz de la pandemia por COVID-19? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?

Si la gente a partir de la pandemia todos nos hicimos un poco más humanitarios a lo que tiene que ver con las mascotas la gente como que más se ha preocupado también por ellas por su bienestar, a partir que a nosotros nos tienen que estar vacunando por esto del COVID-19 a las mascotas también ahora con mayor afluencia las personas buscan llevarla un veterinario para que les pongan también sus vacunas.

3. ¿Considera al COVID 19 como una enfermedad zoonótica? ¿Si, por qué? ¿No, por qué?

En el aspecto de perros y gatos no lo considero, pero si es una enfermedad de salud pública en la que sí se ve reflejado en Chin por la ingesta de animales brotó el virus, en ese aspecto sí se consideraría una zoonosis, pero en lo que es mascotas no estaría relacionado, igual que en el H1N1 que es un virus que igual lo tiene las gallinas.

4. ¿Qué recomendaciones de bioseguridad daría a las personas para cuidar a las mascotas durante y post pandemia?

Cuando saques a la mascota a la calle al momento que ingresen al hogar lavarles las almohadillas plantares, no ponerles alcohol ni sustancias irritantes porque puede perjudicar a su piel lo que sí podría hacer es lavarlos con agua jabonosa de igual forma e ingresar a tu domicilio.

5. ¿Cómo podemos evitar el abandono de las mascotas que causó la pandemia?

Generalmente acá es no es un motivo la pandemia, pero si se puede evitar con sanciones a las personas que realizan estos actos crueles de coger y abandonar una

mascota y dejarlos a la deriva, una sanción para que la gente se culturice y podamos tener un menor grado de abandono en el país y en el mundo.

6. ¿Cuáles podrían ser las consecuencias de suministrar fármacos a las mascotas sin prescripción del veterinario?

Si tu automedicas a una mascota puede ser relevante o sea la automedicación puede perjudicar a tu mascota, puede acelerar el proceso de una etapa vírica o una bacteriana, puedes hacer resistente a la mascota a un fármaco por lo cual no se va a curar de una forma específica, lo que recomiendo es que la atención sea específica de un veterinario y no darles sustancias que veas en la tv o internet porque puede ser tóxico.

7. ¿Cuáles han sido las iniciativas de la medicina veterinaria hacia el cuidado de las mascotas durante y post pandemia?

Sinceramente no habido ninguna iniciativa, más lo que la OMS se ha reflejado en el aspecto más humano que el veterinario, yo que estoy en el tema no lo escuchado peor aún una persona que no están en el tema relacionado a las ciencias veterinarias, todo fue reflejado a lo que es medicina humana.

8. ¿En qué aspectos la Ciudad de Ambato debería preocuparse en mayor magnitud con relación al cuidado de las mascotas?

Lo que sí se deberían otra vez reinsertar en la ciudad y que se acortó por la pandemia son las campañas antirrábicas que es primordial en cualquier parte del mundo, estas campañas que daba el ministerio de salud han dejado ya de realizarse entonces si sería prudente en las campañas de vacunación antirrábica.

9. ¿Cuáles podrían ser los métodos idóneos para socializar información real sobre el cuidado de las mascotas?

Ahorita lo que tú puedes y que tenemos todos al alcance es el Internet puede ser por campañas o sea que en base a la política provincia de cada provincia de una información exacta de lo que es el cuidado de las mascotas, bueno claro que los GAD Municipales también son los responsables de realizar este tipo de sociabilización en cada página debería haber un cierto link donde puedas tener información de cómo cuidar a tu mascota.

10. ¿Considera necesario emplear la comunicación gráfica (ilustraciones, gráficos, diseño editorial), para enfatizar en el cuidado de las mascotas durante y post pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

En ese aspecto como dije anteriormente pienso que sería la mejor manera para que nosotros como institución que busca socializar y educar a la población sobre el cuidado de las mascotas y una tenencia responsable sería muy útil la comunicación gráfica, algo que llame la atención de las personas y genere interés para que se pueda generar conciencia del cuidado de las mascotas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los profesionales en diseño gráfico con relación al diseño editorial y sus funciones.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Edwin Hernández

Título Ingeniero en Diseño Gráfico

Cargo-Función Animador

Lugar Santana Estudio, Ambato – Quito y Cevallos

Fecha Miércoles 13 de julio de 2022

1. ¿Cómo el Diseño Editorial ha tenido incidencia en temas sociales?

Siempre ha tenido incidencia en la sociedad desde que se empezó a crear mismo en la tipografía de poder expresarse mediante el uso de materiales escritos hemos tenido varias cosas que han ayudado a la formación de la editorial en sí, en este caso pienso en ti siempre la editorial no sirve tanto como una herramienta muy fuerte comunicacionalmente ya sea esta de manera escrita, de manera virtual por ende sigue evolucionando las cosas, pero la editorial sigue estando ahí presente.

2. ¿Cuál ha sido el aporte del Diseño Editorial dentro de la comunicación visual?

El aporte dentro de la comunicación visual pienso que es el uso tipográfico que se está dando ahora es diferente porque con varias tipografías que se van usando se van planteando nuevas ideas y nuevas formas de complementar a la palabra escrita.

3. ¿Qué posibilidades comunicativas nos ofrece el Diseño Editorial?

Nos ofrece un abanico muy grande de opciones la editorial escrita, por ejemplo opciones como te comentaba el hecho de coger la palabra escrita y formarse como parte de noticias, formarse como parte de en este caso de memes, de conceptos, de imágenes, hasta una misma palabra puede ser una imagen hecha, ahora por ejemplo en la publicidad también se forma desde una tipografía puede salir de una imagen completa sin necesidad de tener una fotografía en sí o una cosa diferente que no sea tipográfica.

4. ¿Cuál es el aporte de la ilustración dentro del campo Editorial actualmente?

La ilustración y la editorial van bastante de la mano siempre se siempre se ha conjugado la ilustración con la tipografía, entonces la tipografía es una herramienta para poder formar no sólo palabras sino también imágenes con esas palabras ahí se una la ilustración y la tipografía podría ser en un solo arte o en una sola pieza comunicacional.

5. ¿En qué magnitud influye el uso de la tipografía en el mensaje que se desea transmitir?

El uso de tipografía es importante como decía, en el uso de las diferentes tipografías que ahora tenemos en la actualidad tenemos un sinnúmero de tipografías, cada una nos dice algo diferente y el lenguaje que se quiere lanzar entonces por ejemplo si quiero dirigirme a cierto público ya sea éste infantil o sea un público más pequeño tengo que tener esa ese uso adecuado de las tipografías que voy a usar para ese público objetivo, entonces si voy a usar para un periódico necesitaría usar otro tipo de tipografía para llegar ese es el público objetivo, es bien importante el uso de las tipografías para dirigir el lenguaje que quieres comunicar.

6. ¿En cuanto a la distribución de elementos, de qué manera se puede determinar cuál sería la mejor para una correcta comprensión?

En la distribución de elementos dentro de una editorial podría ser un ejemplo bien práctico que es el diario siempre una imagen digamos caso x es una protesta y tenemos la imagen central bien posicionada en el centro acompañada de una buena frase tipográfica entonces desde el conjunto de cómo se va formando, si yo pienso que es bien importante saber usar bien los elementos en el lugar adecuado para que se pueda conjugar y llegar al público objetivo.

7. ¿Cuál es el enfoque principal del Diseño Editorial?

El enfoque principal del diseño editorial pienso que es comunicar una idea, comunicar ideas, en sí el sentido de comunicar lo que quieras.

8. ¿Cuál es el medio más óptimo para la difusión de artes finales?

Los artes finales en el sentido de editorial tenemos un montón de plataformas donde que estos artes se pueden destinar, últimamente se están destinando más en plataformas digitales que es donde se van todos los artes, entonces Facebook, redes sociales, Instagram e inclusive los mismos diarios se están enfocando al área digital.

9. ¿Puede el Diseño Editorial ser un método visual capaz de crear conciencia en la población sobre problemáticas de interés común?

Si, siempre desde los periódicos mismo pasa eso entonces siempre un periódico tiene atrás un montón de editorial entonces los periódicos ya son la voz oficial del pueblo y es por donde empieza también esta parte de diagramación editorial que son los periódicos en sí.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los profesionales en diseño gráfico con relación al diseño editorial y sus funciones.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Carlos Villalba

Título director Creativo

Cargo-Función director Creativo en Santana Estudio

Lugar Santana Estudio, Ambato – Quito y Cevallos

Fecha Miércoles 13 de julio de 2022

1. ¿Cómo el Diseño Editorial ha tenido incidencia en temas sociales?

Pues bueno a través de la historia el diseño editorial ha sido uno de los puentes para que la comunicación sea un poco más directa es decir en el hecho de creo que antes de utilizar computadoras y esas cosas, los medios impresos fueron creo que las cosas más relevantes que publicitariamente se podría utilizar para dar un mensaje claro, entonces la incidencia a través de la historia y en estos últimos tiempos todavía sigue vigente el punto de la editorial de la sociedad.

2. ¿Cuál ha sido el aporte del Diseño Editorial dentro de la comunicación visual?

Dentro de la comunicación visual uno de los puntos fuertes del diseño gráfico es la parte editorial que es el hecho de la comunicación en el hecho de dar un mensaje claro al lector que digamos estructuralmente tiene que ser visual tanto en cuanto a imagen como a texto para que vaya en el hecho de la correlación este yo creo que la incidencia es muy amplia, se puede utilizar la comunicación de una manera se podría explotar de muchísimas formas en cuanto esta utiliza la editorial ya que podemos encontrar desde un periódico, una revista inclusive desde un tríptico, un flyer entonces cosas que la comunicación nos ha brindado a través de la editorial.

3. ¿Qué posibilidades comunicativas nos ofrece el Diseño Editorial?

Cómo te mencionaba muchísimas, desde una pequeña hojita que puede tener un simple texto o imagen que puede comunicar algo a libros, revistas, cuentos cosas de esas que te podrían yo creo que llevar no solamente una idea sino un concepto tan amplio a muchos lectores.

4. ¿Cuál es el aporte de la ilustración dentro del campo Editorial actualmente?

Hablando de ilustraciones en si hay un potencial muy fuerte en cuanto el hecho del de ser solamente creativos no nos opta en decir que solamente una imagen puede comunicarse, si no este último tiempo el hecho de digamos de la ilustración en si ya como una herramienta propia de la comunicación es un punto muy fuerte ya que podemos encontrarlos en distintos medios, un ejemplo un cuento encuentras

ilustración porque eso es lo que también comunica no solamente el hecho del texto si no ya es una mezcla tanto texto e imagen que se puede encontrar en la editorial de la ilustración, entonces el punto fuerte de la ilustración es que hace al lector visualmente no tan cansado porque en muchas de las veces te encuentras muchísimo texto y al estar leyendo mucho texto eso se vuelve cansado, encontrar el hecho de encontrar imágenes, ilustraciones ayuda que al lector llame un poco más la atención el hecho del tema y a veces hay ciertas cosas tan buenas comunicacionalmente hablando en el hecho de los periódicos a veces esos cómics que hacen cosas de esas que te ayudan a querer inducirte un poco más a la lectura porque es lo que también queremos digamos a través de todos estos medios impresos fomentar también la lectura que se está perdiendo en este último tiempo, entonces en el hecho de utilizar ilustraciones me parece genial no sólo en el campo digamos específicamente de ilustración sino utilizarlo en todo el campo de la editorial desde un pequeño flyer a un libro.

5. ¿En qué magnitud influye el uso de la tipografía en el mensaje que se desea transmitir?

La tipografía el hecho del esquema tipográfico que vemos conforme el paso del tiempo es algo muy relevante porque pongo de ejemplo de creo que yo ya trabajo 10 años más o menos conozco el campo del diseño, las tipografía en si han ido evolucionan han ido cambiando desde una tipografía super rústica a una tipografía súper moderna en este último tiempo, pero algo que yo estoy viéndome en en este aspecto ya después de 10 años que la tipografía que utilizaba hace 10 años ahora lo estoy utilizando, me doy cuenta que está siendo como todo en la vida o sea algo cíclico entonces la fortaleza de la tipografía o sea no la encuentra solamente en el hecho de que la utilizaste para una época y no puede ser utilizada para otro, sino pienso que la tipografía es un punto donde también puede ir evolucionando pero siempre ir en ese punto de qué siempre va a comunicar algo, siempre la tipografía te va a tener un punto fuerte o sea como la utilizas de la manera que lo utilizas de una manera donde que obviamente va a ser más atractivo y solamente es el hecho de utilizar, o sea siempre estamos aptos a generar ese punto de nuevamente reutilizar ciertas cosas, la tipografía es muy importante el saber utilizar una tipografía de acuerdo el tono del mensaje y de acuerdo al al público objetivo al cual tú te vas a dirigir.

6. ¿En cuanto a la distribución de elementos, de qué manera se puede determinar cuál sería la mejor para una correcta comprensión?

La distribución de elementos dentro del campo del diseño gráfico es súper complicado que nosotros tengamos un lineamiento por así decírtelo porque dentro de la editorial obviamente hay ciertos parámetros que se tienen que cumplir como espaciados, kerning cosas de esas que nosotros debemos darle para que sea un poquito más comprensible pero dentro de la creatividad en si a veces no podemos limitarnos a un sólo parámetro, tiene que ser un poquito más fluido a lo que siempre nosotros hacemos y yo específicamente hago que los espacios visuales sean no solamente llamativo sino que tengan un poco de espacio de descanso

porque, porque eso te ayuda muchísimo al lector en la parte organizacional en el hecho de estructurar tú antes creo que no hay una estructura en sí que digamos, obviamente vamos a utilizar títulos, subtítulos, encabezados cosas de esas, pero dentro de eso una estructura no tiene que ir como que 100% a línea sino el hecho de ser creativo de ser de ser diseñador ayuda explorar un poco más y hacer que eso como te decía que hay espacios visuales que sean más interesantes para lector haya descansos visuales y como vemos en la actualidad que el diseño va avanzando tanto entonces pues es una forma de cómo la gente lo interpreta entonces ahora, entonces que por lo general siempre nosotros decimos es depende a quien va nuestro público objetivo, acorde a que empresa para de ahí nosotros poder diagramar o poder dar una estructura que sea funcional de acuerdo al mensaje.

7. ¿Cuál es el enfoque principal del Diseño Editorial?

El enfoque principal del diseño editorial es transmitir y bueno comunicar a través de digamos gráficos, texto todo en una estructura donde que sea fácil para elector, entonces el propósito principal de eso de llegar a muchísimas personas hablando de como tú decías de la concientización, es el hecho de que la gente también vea un cartel, vea un libro, lea un libro, vea imágenes pues para qué, para que vaya concientizando en el hecho de las cosas que están bien o de las cosas que están mal, entonces el punto del diseño editorial es muy amplio al hecho de manejaiste como te decía a través de la historia es uno de los puntos más fuertes que aquí se tiene, ahorita es el punto de la web pero todavía yo creo que aquí a nivel del Ecuador todavía este punto del editorial es muy importante por el hecho de comunicación de los periódicos de la información de noticias cosas que es todavía interesante el hecho de transmitir es una idea o un concepto claro al lector.

8. ¿Cuál es el medio más óptimo para la difusión de artes finales?

En este último tiempo yo creo que es un compendio de todo es un conjunto por qué no te podría decir sólo la editorial o digamos sólo medios impresos o sólo en la web, en este último tiempo es el conjunto de todo porque cuando nosotros nos regimos a transmitir una idea, un mensaje o queremos hablar de un producto o comunicacionalmente algo no solamente requiere de una sola como yo siempre digo las armas de diseño no solamente definitoria no solamente de los impresos no solamente de la web y yo creo que es un compendio de todo eso es un conjunto donde que tú puedes utilizar un medio impreso ligado también a medios digitales a publicidad digital, entonces todo es como un conjunto.

9. ¿Puede el Diseño Editorial ser un método visual capaz de crear conciencia en la población sobre problemáticas de interés común?

Claro, dentro del editorial no te puedes regir a decir que no puedes fomentar lo que es en la conciencia porque al decirte que el diseño gráfico a través de la del editorial sigue siendo publicidad y sigue siendo comunicación siempre vas a poder transmitir lo que tú desees entonces el hecho de la conciencia obviamente puedes realizar a través de la editorial con algún afiche, cartel alguna idea que de alguna otra manera creativa se puede realizar, entonces el diseño editorial yo creo que es una rama muy amplia por lo cual se puede explorar y se puede transmitir todo lo que tú dices hacerle el tema de la conciencia en el hecho específicamente de los animales o cosas de eso que a veces no se lo hace tan general pero sí se podría lograr una buena comunicación a través de la editorial.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los profesionales en diseño gráfico con relación al diseño editorial y sus funciones.

Entrevistador Christian Curay

Entrevistado Gabriel Santana

Título Ingeniero en Diseño gráfico con en especialidades en Comunicación y Marketing de 4to nivel

Cargo-Función director general

Lugar Santana Estudio, Ambato – Quito y Cevallos

Fecha Miércoles 13 de julio de 2022

1. ¿Cómo el Diseño Editorial ha tenido incidencia en temas sociales?

El diseño editorial creo que ha sido la base dentro del siglo pasado en cuanto al hecho de poder ser el medio de mayor alcance y mayor penetración dentro de lo que sería el país que es en donde no estamos enfocando en cuanto a lo que sería la prensa, los boletines también en donde que no habían podido entrar a la televisión y la radio pues creo que el diseño editorial y en este sentido dentro de lo que se puede mencionar como la prensa y todo lo que conlleva creo que ha sido un medio importante dentro del siglo pasado.

2. ¿Cuál ha sido el aporte del Diseño Editorial dentro de la comunicación visual?

Importantísimo porque si vamos dentro de esto tendríamos que abordar que Gutenberg dentro del plano occidental como padre de la imprenta el que inicio con esto del diseño editorial, podríamos hablar de los monjes en cuanto a la diagramación de los textos de los escritos religiosos que serían los primeros bosquejos, avanzando dentro de la historia del diseño como tal fue pensado en un inicio como editorial porque si vamos con las primeras piezas que se realizaron en Inglaterra y también como Estados Unidos fueron pensados en un inicio más que nada en función a que la gente lo pueda leer porque era lo que más tenía a la mano.

3. ¿Qué posibilidades comunicativas nos ofrece el Diseño Editorial?

Tenemos que desglosarlo si vamos un libro creo que es importante el hecho todo porque el diseño editorial ha afianzado dentro de más allá de lo que sería que ya tienes adentro de lo que vas comunicar, es el que te da todas las pautas, el que te llama en la percha, el que te grita dentro de un escritorio para que tu puedas tomarlo y sea el que te da la posibilidad de discriminar a otros elementos a otro soporte que estén dentro del mismo espacio.

4. ¿Cuál es el aporte de la ilustración dentro del campo Editorial actualmente?

La ilustración es atemporal porque desde un inicio ha sido una pieza fundamental desde antes de la fotografía incluso ha sido el que prestó el soporte la ayuda el plus para que sea también el que nos llame de otra manera, si vamos desde la parte de la portada los libros, los afiches, los dípticos siempre necesitan la parte gráfica o sea la ilustración como tal para que nos llame la atención, hoy por hoy es algo importantísimo ha retomado fuerza y también predominancia dentro del escenario actual de la comunicación en determinados grupos sociales.

5. ¿En qué magnitud influye el uso de la tipografía en el mensaje que se desea transmitir?

Bastante, como te darás cuenta y creo que es parte del pensum de estudios dentro de la carrera que todavía lo recuerdo como una de las materias que sirvieron, estamos hablando que hay determinadas tipografías que nos sirven para la lectura para que sea más fácil su diferenciación de otras, las que nos ayudan a leer las que nos ayudan hacer de mayor relevancia un texto de otro, sabemos que son diferentes títulos como para subtítulos hay otros dentro del hecho del diseño de afiches dentro de soportes que son un poco más ligeros podemos jugar y que la tipografía se vuelva más bien un elemento gráfico dentro de la composición y eso que nos sirva también como un recurso para darle riqueza a la composición como tal.

6. ¿En cuanto a la distribución de elementos, de qué manera se puede determinar cuál sería la mejor para una correcta comprensión?

Va directamente al tipo de material que vayamos a realizar porque es diferente si vamos a trabajar una portada de un libro que un afiche o si vas a trabajar un volante, primero tenemos que ver qué tipo de material vamos a hacer luego de eso vamos a pensar en cómo vamos a atribuir los elementos dentro del espacio, porque como te digo para cada tipo de material es diferente.

7. ¿Cuál es el enfoque principal del Diseño Editorial?

El enfoque principal es el ayudar y aportar a que el consumo de la información sea más fluido, que sea más interesante y sobre todo que al lector, al cliente le ofrezca la facilidad de que sea aparte de ser funcional también sea vistoso y sea estético.

8. ¿Cuál es el medio más óptimo para la difusión de artes finales?

Hablando de la zona centro del país como tal yo pienso que aún tenemos y convivimos con el diseño editorial pero si me dices que tenemos otras piezas gráficas entonces dentro de esto también sigue teniendo una principal relevancia el hecho deberíamos armar los mensajes o cómo vamos a maquetar o diagramar que es un arte o una serie de artes de los que van por ejemplo en una grilla de contenidos puedes jugar con la diagramación, pero si me dices a mi ahorita es una multicanal no puedes realizar si quieres posicionar una campaña yéndonos a un solo tipo de medio más bien debes hacerlo por algunos, una 360 o una multicanal.

9. ¿Puede el Diseño Editorial ser un método visual capaz de crear conciencia en la población sobre problemáticas de interés común?

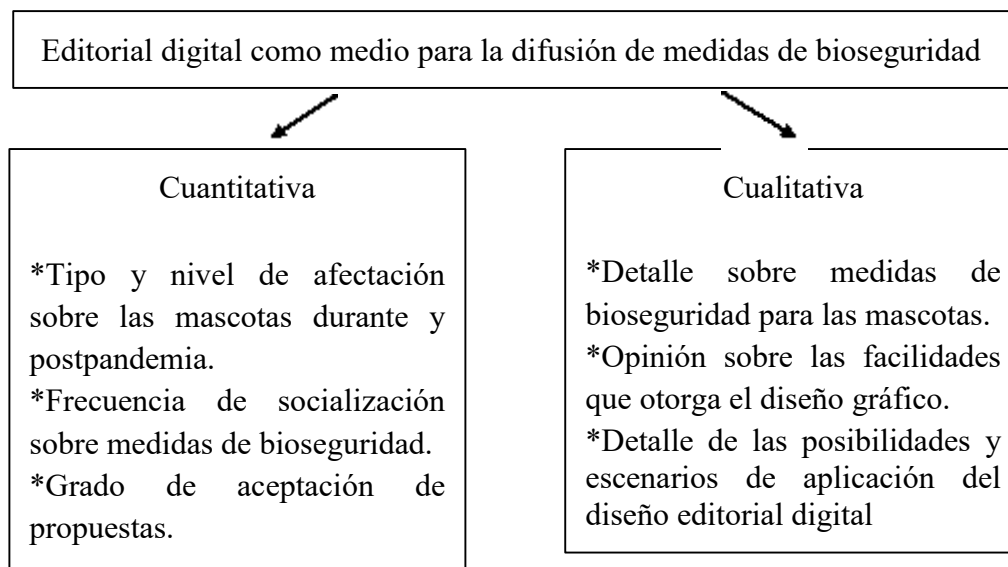
Dependiendo de a donde lo vayas o cual sea el mercado donde lo vayas a soltar, puede ser uno de los que pueda generar conciencia pero tenemos que estar seguros de que a menos de que tengamos un aparataje super fuerte en cuanto el diseño los múltiples elementos que comprenden la campaña de diseño editorial que puedan ser afiches, volantes luego un libro y un folleto puede ser interesante, pero en este momento y depende del target y la edad porque si estamos dentro de los jóvenes estamos hablando de que consumen más la parte digital pero si vamos a nuestros padres a nuestros abuelos aún tiene bastante preponderancia la parte impresa, pero si vamos también a la zona rural y urbana o sea todo es en función de a donde vayamos a enfocarnos y también el hecho de que otras herramientas vamos a necesitar, no creyera yo que únicamente te puedes valer del diseño editorial para lograr algo.

5.3. Verificación de hipótesis.

H0: “El uso del diseño editorial en el aspecto social no contribuirá a generar una concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”.

H1: “El uso del diseño editorial en el aspecto social contribuirá a generar concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”.

Método: diseño de triangulación concurrente



Fuente: Christian Curay

Comparación e interpretación:

Posterior a la tabulación, análisis, representación y descripción de los datos extraídos con los instrumentos de investigación es posible sintetizar todo en varias ideas concretas. Primero, la ideología con relación a las mascotas pervive en el sentido de utilidad y servicio; a pesar del alto porcentaje contradictorio visto en las respuestas. Esto demuestra la resistencia por la modificación a nivel cultural con relación a todos los seres existentes, en especial, para las mascotas. Los comentarios, sin duda, son favorables a

nivel investigativo; pero desde la óptica práctico-crítica, la diferencia es abismal. La similitud en las respuestas tanto, de los pobladores de la Ciudad de Ambato y los profesionales en veterinaria, es el mencionar a las mascotas como parte de la familia; pero el rol no supera aquella idea, es decir, figuran de manera exógena, como uno más del núcleo familiar, pero en la praxis es complejo reafirmarlo, sobre todo comparando las demás respuestas dentro de los cuestionarios.

Aunado a lo anterior, como evidencia, está los valores tan altos en el abandono masivo de las mascotas como efecto de la pandemia ocasionada por el COVID-19, algo que sostiene la idea en cuestión. Es motivo de debate porque los veterinarios entrevistados citan que no se trata de una enfermedad zoonótica, pero que sí podría contagiar a las mascotas y afectar su sistema en todo sentido, siendo el cuidado y prevención los únicos métodos para cumplir con la frase de: son parte de la familia. Los albergues municipales comparten la misma teoría, pues sus funciones cambiaron a raíz de la pandemia y notaron el abandono masivo de las mascotas y la disminución drástica en las adopciones luego de emitir la noticia de que las mascotas son un medio de propagación del virus; unido a la carencia de recurso económicos y de infraestructura para apoyar a miles de mascotas, víctimas del abandono por ser “fuente de contagio de COVID-19”.

El comentario de los profesionales en veterinaria fue centrar la atención en las medidas de bioseguridad; llevar a cabo medidas similares que han sido dispuestas a nivel global para las personas y enfrentar altos índices de morbimortalidad; tratarlos con respeto y cuidar su integridad; sancionar a los propietarios que abandonan a sus mascotas a la deriva; mas no culpar a las mascotas por ser, en teoría, portadores del virus. Frente a esto, es liado ejecutar lo dicho en su totalidad; porque las respuestas de la comunidad concuerdan en que a veces o nunca las entidades municipales difunden este tipo de material para la población y los canales de comunicación no actúan con frecuencia para esta clase de recomendaciones. La medicación desde el punto de vista de los dueños de las mascotas es un punto a tratar y que se ha resaltado en los instrumentos de investigación. Los médicos exhortan no medicar a las mascotas con cualquier medicamento de uso en

personas. La primera explicación está en los componentes químicos que contienen; la dosificación o cantidad; pues el peso corporal y organismo es diferente entre una persona y su mascota. Como segunda razón están las reacciones adversas, incluso puede llevar a la muerte de la mascota. Finalmente, interpretar estos actos como un modo también de maltrato animal y perjuicio.

El criterio global considera como real la necesidad de uno o varios métodos de trabajo para dar a conocer temáticas complicadas, en este caso, saber cómo actuar durante y después de una pandemia que ha afectado a todos; poniendo incluso en debate la credibilidad sobre la responsabilidad de las entidades municipales y medios de comunicación de la Ciudad de Ambato; el criterio y margen estadístico apuntan hacia esa dirección, ampliando la evidencia con el cotejo entre los conceptos básicos y la inexistencia de datos funcionales, producto de un debate e interés científico-social. Análogo, el estudio de este apartado expone la pérdida de continuidad en la exposición de diversas estrategias desde las instituciones municipales para interesar a las personas por el cuidado y respeto hacia las mascotas. En otros términos, existen elementos que sí se pueden distinguir dentro del aporte municipal; pero los nuevos retos son asumidos mínimamente. El uso de imágenes, carteles, diseño gráfico, parece extraño para detallar medidas de bioseguridad en favor de todas las mascotas.

Por su parte, la comunicación gráfica y todos sus modos de trabajo recibieron la aceptación de más de la mitad de la muestra en estudio. Notan al diseño gráfico como un tipo de actividad capaz de fusionar la verdad social y la atención de los pobladores en fin de llegar a un acuerdo. Los profesionales entrevistados concuerdan en la facilidad de expresión del diseño gráfico; permiten el acceso a la información desde el medio visual; transforman la complejidad de los datos en una oportunidad para dar a conocer qué nos quieren decir en verdad. El diseño de uno o varios gráficos con alto significado puede agrupar algunos conceptos elementales; pero también recuerdan la urgencia por efectuar, primero, un análisis preciso de las exigencias; recursos, espacio, calidad y cantidad del contexto, para lanzar toda la publicidad y saber el grado de eficacia de todo lo diseñado.

La finalidad del diseño es el aumento en el consumo de información, crear interés, gusto, convertir una noticia en algo vistoso y creativo; por tanto, califican al diseño en un mecanismo capaz de acoplar el déficit en algún tópico de carácter social, la posible solución y la veracidad en el ambiente de estudio.

Los encuestados, profesionales en cada área citada y el criterio teórico coinciden en que la comunicación gráfica, en especial el uso del diseño gráfico digital, puede crear conciencia en las personas sobre el cuidado de las mascotas o transmisión de datos sobre medidas de bioseguridad para disminuir los comentarios erróneos sobre esta pandemia y las mascotas. Sugieren que se estudie en un sentido técnico, primero, para luego ampliar el margen de alcance y así, otorgar verdadera aplicabilidad al trabajo del arte visual. Además, explican que este trabajo es la voz de las personas y su representación a través de gráficas. Añadido a esto, los albergues municipales consideran al diseño editorial para educar a las personas e inculcar la tenencia responsable de las mascotas; siendo incluso una ocasión para revelar cómo deben organizarse los albergues para atender a varios en situaciones críticas, casi sin recursos y frente a la batalla contra la desinformación y negación por ver a los demás seres como parte del planeta y las decisiones cruciales.

Posterior a la explicación pormenorizada y triangulación sobre los datos y su resultado estadístico, es preciso afirmar la veracidad de la variable alternativa y rechazar la variable nula. Es decir, la parte metodológica y los instrumentos han dado mayor credibilidad a la consideración de que: H_1 “El uso del diseño editorial en el aspecto social contribuirá a generar concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”. Así, se descarta la opción de: H_0 : “El uso del diseño editorial en el aspecto social no contribuirá a generar una concientización en las personas en su manera de actuar frente a la pandemia y el cuidado y desinfección de sus mascotas”.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- La connotación del término “mascota”, dentro del hogar, se mantiene en el servicio y fidelidad hacia sus propietarios, apoyo incondicional; seres destinados a la protección. Son parte de la familia como uno más; pero los índices contradicen el dato expresado, porque dentro de un contexto poco conocido como el COVID-19 sus derechos son inexplorados en teoría y práctica.
- El principal y más alarmante dato sobre la afectación de la pandemia con relación a las mascotas está en el abandono masivo; disminución en las adopciones, pérdida económica y logística por parte de los albergues y expansión de datos erróneos sobre las mascotas como portadores del virus.
- Las medidas de bioseguridad en mascotas son un tópico nuevo para el grupo de estudio; sugieren su implementación y mejoras en los medios de difusión para comprenderlos de manera oportuna y llevarlos a la praxis.
- Las entidades municipales realizan a veces o nunca una socialización de datos con relación a las medidas de bioseguridad de las mascotas; los medios de comunicación lo realizan con la misma frecuencia, siendo algo complejo de percibir en la cotidianidad de los pobladores o simplemente es una temática que pasa inadvertida.
- El diseño editorial digital puede facilitar la aprehensión de información; necesita conocer al público destinatario, el margen de trabajo, en dónde y hacia dónde; bajo qué parámetros y cómo ser capaz de elaborar un producto interactivo y capaz de crear conciencia en las personas. Con estos datos, es viable concluir que esta técnica del diseño gráfico es funcional para abordar un tema poco estudiado y contribuir a la mejora y disminución de la problemática social.

6.2. Recomendaciones

- Priorizar un cambio en la perspectiva cultural de los pobladores, para considerar a las mascotas como seres con sentimientos, emociones y con las mismas dificultades a nivel sanitario, por lo que los cuidados deben ser específicos y bajo vigilancia de profesionales para apoyar en su salud y no perjudicarlos.
- Crear espacios de capacitación para los propietarios de las mascotas y potenciar la difusión de datos de índole científica para evitar el abandono masivo; esto porque no será el único escenario complejo para el mundo a nivel sanitario y el margen de daño puede ampliarse de no existir educación por parte de la población.
- Tomar en cuenta el criterio expresado por los pobladores con relación a la necesidad de conocer medidas de bioseguridad para las mascotas; integrarlos a los temas académicos de interés y planificar tipos de comunicación para que este apartado se realice y no quede como, en su totalidad, en un dato estadístico.
- Sugerir mayor intervención por parte de las entidades municipales y de comunicación de la Ciudad sobre la socialización de medidas de bioseguridad en mascotas. Con el incremento en el nivel de datos sobre el cuidado de las mascotas, mayor será el compromiso creado en las personas, por ende, menor el riesgo de daño hacia las mascotas o prácticas que afecten su integridad.
- Considerar al diseño editorial digital como una actividad interdisciplinar, factible dentro del estudio de casos complicados para la Ciudad de Ambato y otras ciudades del Ecuador. Con esto, las posibilidades comunicativas del diseño gráfico pueden y deben ampliarse hacia temáticas en el que se involucren aspectos subjetivos, técnicos, éticos y trascendentales para la continuidad de lo positivo y reducción de lo negativo.

CAPÍTULO VII

7.DESARROLLO DE LA PROPUESTA

TÍTULO

El diseño editorial como herramienta para la implementación de medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la ciudad de Ambato

JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta basada en el diseño editorial digital como medio para la difusión de medidas de bioseguridad de las mascotas durante y post pandemia tiene por objetivo generar conciencia en los pobladores de la parte urbana de la Ciudad de Ambato. Realiza un estudio exhaustivo de diversas categorías conceptuales sobre la problemática en cuestión y acoge el nivel de aceptación de crear productos editoriales para difundir este tipo de datos y se facilite su aplicación. Adquiere funcionalidad al ser la réplica del análisis estadístico en el que destaca la necesidad de un medio comunicativo gráfico para comprender y cambiar la realidad en la relación humano-mascota. Además, el criterio de diversos profesionales en el área de Veterinaria y Diseño gráfico ha demostrado la oportunidad y validez del diseño editorial digital para crear material con fines comunicativos y afrontar problemas de carácter social.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Generar conciencia en los pobladores de la parte urbana de la Ciudad de Ambato sobre la importancia de aplicar las medidas de bioseguridad para las mascotas durante y post pandemia.

Objetivos específicos:

- Seleccionar las principales herramientas del software Adobe Illustrator y Adobe Photoshop que contribuyan a la creación de diseños editoriales sobre medidas de bioseguridad en mascotas.
- Diseñar productos editoriales digitales con medidas de bioseguridad utilizando la técnica de Ilustración y composición tipográfica en un formato adaptado a los medios digitales que a la par reducirá recursos económicos dando así factibilidad al desarrollo del presente proyecto.

TÉCNICAS UTILIZADAS PARA CONSTRUIR LA PROPUESTA

- Encuesta
- Entrevista
- Investigación bibliográfica
- Investigación de campo
- Diseño de triangulación concurrente

7.1.Descripción general del proyecto.

El presente proyecto tiene como fin informativo para una zona específica de la ciudad, pero claro está que posee contenidos de interés y de utilidad para la población en general, por esta razón se han realizado piezas gráficas que beneficiarán al sector mencionado e indirectamente a otros de la población.

El concepto de las piezas gráficas en el apartado de ilustración busca la representación de las mascotas con elementos del dibujo como son punto y línea, es decir de tipo conceptual ya que representa de manera general a las mismas, permite captar con rapidez la idea planteada y generar interés en el espectador además de ofrecer un atisbo general sobre el contenido. En adición se trabajó en blanco y negro ya que revistas especializadas, periódicos y de información general las incluyen entre sus páginas, es decir trabajan a un solo tinte (negro), consciente de las limitaciones que de este tipo de ilustración presenta, será contrastada y acompañada de tipografía usada en el contenido dando así una ilustración atractiva.

La cromática con la que se trabajó los diferentes artes son el negro, usado en los trazos de la ilustración tanto como para textos, rojo, por su capacidad de transmitir varias sensaciones además de ser usado mucho en señalización o para destacar un elemento de otro y utilizado la técnica de copywriting para así crear un efecto persuasivo en el público. Así mismo usando como tono base el blanco dando así más relevancia al contenido con distintos colores.

Se planteó llevar a cabo esta propuesta con sus diferentes artes al ámbito digital debido a la gran capacidad de difusión que este posee, con el fin de que la información aquí obtenida sea accesible a todo el público además de la posibilidad que un mayor número de personas conozcan y se interesen acerca de las medidas en el cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la ciudad de Ambato.

7.2.Descripción Técnica del producto

7.2.1.Proyecto

Referencias

Roger Ycaza Ilustrador, músico y autor Ambateño, destaca por su estilo característico de ilustración narrativa, ha ilustrado cuentos y novelas para distintas editoriales además de que escribe e ilustra sus propias historias, en las que sobresalen: Clic, Los temerarios, Los días raros y Diez canciones infinitas.

Referencia para ilustración



Imagen. Ilustración Roger Ycaza

Diego Lara Saltos Diseñador y artista gráfico, creador varios archivos gráficos como Arqueología del Comic Ecuatoriano, Letra.ec y Fanzinoteka Ecuador, su obra tiene varios códigos transdisciplinarios a menudo considerados “underground” o marginales siendo un ejemplo el fanzine experimental.

Referencia para composición

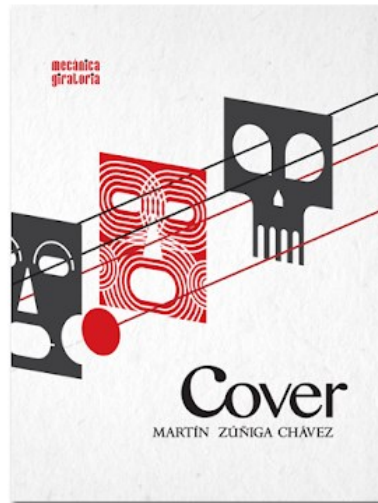


Imagen. Portada de libro de poesía Cover: Diego Lara

Tipografía

La tipografía seleccionada es Gotham Black y Gotham Book ya que no posee serifas haciendo de esta manera más fácil su legibilidad, se le realizó una única modificación en el interlineado reduciéndolo para un solo bloque de texto, generando así un peso visual que puede ser apreciada en las composiciones de las propuestas.

Ghotam

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

123456789!\"·\$%&/()=?

Los diferentes tamaños de las piezas gráficas estarán de acuerdo a las diferentes plataformas que serán subidas, Facebook e Instagram. Asimismo, los tamaños de la tipografía se adaptan respetando su legibilidad, esto tomando en cuenta el formato de la pantalla de celular por ser el dispositivo más usado actualmente.

Cromática

En el presente proyecto se definieron los colores negro, blanco y rojo ya que para el caso estos son los más utilizados en señalización y de información en la actualidad, logrando así un contraste entre sí.

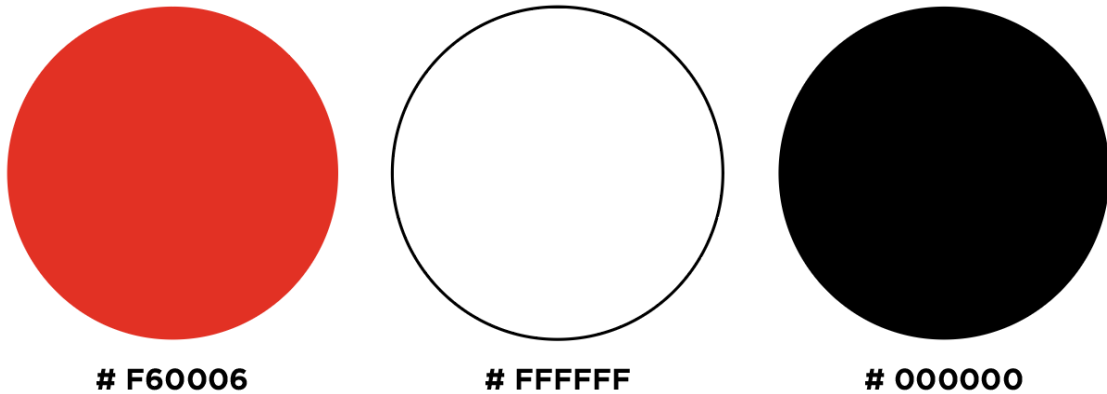


Imagen. Cromática

Proceso de ilustración

Para el proceso de bocetaje se tomó en consideración dos variantes de estilo de ilustración antes de adaptarlo al resultado final

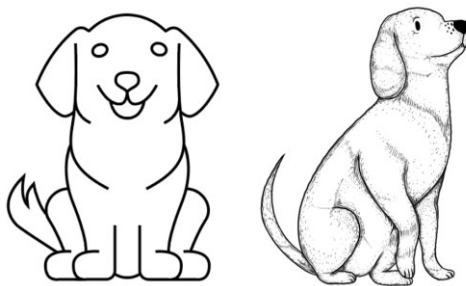


Imagen. Variantes de ilustración

Diagramación y retículas

La composición de las piezas gráficas está regida a las leyes visuales donde se destaca la tipografía que en conjunto de la ilustración se ubicaran en puntos de interés como son: ley de la mirada, ley de tercios, etc.

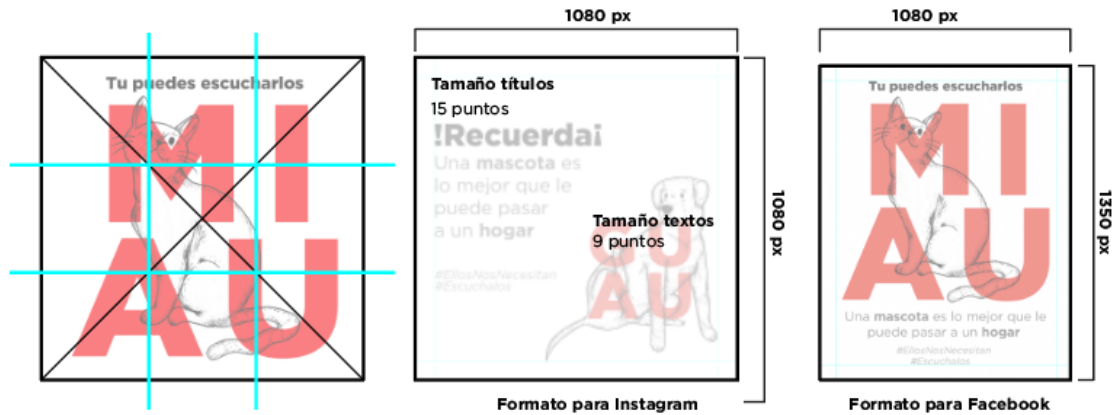


Imagen. Retículas y tamaños utilizadas en las piezas gráficas

Jerarquía

Todas las piezas gráficas aquí presentadas tienen relación directa el uno con el otro, es decir se complementan entre sí, claro teniendo en cuenta que cada una de las piezas comunica la información al público en caso de que sean visualizadas por separado.

Se elaboraron piezas gráficas que generen atracción al público el manejo de tipografía con colores que contrastan en la composición sin ser demasiado compleja y presentando la información directamente.



Imagen. Post para Instagram



Imagen. Post en formato de carrusel

Funcionalidad

Se desarrollaron piezas gráficas que sean de rápida lectura y fácil entendimiento sobre los métodos de cuidado de las mascotas y así concientizar a la población.

Expresión creativa - puntos clave

Con la intención de captar la atención del público se realizó una ilustración conceptual de dos de las mascotas más recurrentes en la ciudad, abstrayendo detalles y dejando rasgos identificativos de cada mascota (gato, perro) en contraste de una tipografía sin serifas que en bold con un color que sobresale de toda la composición.

Valor agregado/propuesta de valor

el presente proyecto ser de tipo social no busca ningún tipo de lucro, si no beneficiar directamente a todos los involucrados como el público y las mascotas que ellas tengan logrando así una mejor calidad de vida y convivencia humano y animal.

Materiales e insumos

Materiales que se utilizaron para la realización del proyecto

Tabla 6.

Tabla de materiales

Herramientas/software	Modelo	
Macbook Pro	13"	MacBook Pro (13 pulgadas, 2017, dos puertos Thunderbolt 3)
Ipad	6ta Generación	Bocetaje e Ilustración
Procreate	Beginners Series	Ilustración de mascotas
Adobe Illustrator	2020,1	Maquetación
Adobe Photoshop	2020,1	Montaje ilustración y texto

Fuente: Christian Curay

Tabla 7.

Presupuesto

Descripción	Cantidad	costo
Internet, investigación bibliográfica	1	30,00
Bocetos e ilustración	6	0,00
Luz	1	22,50
Licencia Procreate	1	9,99
Movilización para entrevistas	Las veces que fueron necesarias	20,00
Total		82,49

Fuente: Christian Curay

Construcción del prototipo

En la elaboración del proyecto se usó tres softwares, siendo dos de estos de la empresa Adobe y uno externo como es Procreate para bocetaje, ilustración, maquetación y montaje.



Imagen. Piezas gráficas finalizadas

Eslogan

Con la intención de crear conciencia se ideó un eslogan que incentive a reconsiderar si el cuidado y trato que hemos dado a nuestras mascotas ha sido el adecuado durante y post pandemia.

#EllosNosNecesitan

#Escuchalos

Piezas gráficas finales

Posts Instagram



Protocolos de Bioseguridad para mascotas

-  Si sale a la calle, lava sus almohadillas plantares
-  Usar jabón recomendado por el veterinario
-  No uses alcohol de ningún tipo, puede irritar su piel
-  Evita el contacto directo con una persona infectada de COVID-19
-  Visita al veterinario con regularidad para sus vacunas



!Recuerdai

Una **mascota** es lo mejor que le puede pasar a un **hogar**

#EllosNosNecesitan
#Escuchalos



Protocolos de Bioseguridad para mascotas

-  Si sale a la calle, lava sus almohadillas plantares
-  Usar jabón recomendado por el veterinario
-  No uses alcohol de ningún tipo, puede irritar su piel
-  Evita el contacto directo con una persona infectada de COVID-19
-  Visita al veterinario con regularidad para sus vacunas



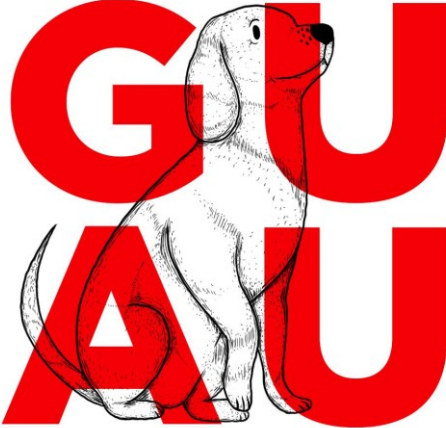
!Recuerdai

Una **mascota** es lo mejor que le puede pasar a un **hogar**

#EllosNosNecesitan
#Escuchalos



Tu puedes escucharlos



Una **mascota** es lo mejor que le puede pasar a un **hogar**

#EllosNosNecesitan
#Escuchalos

Tu puedes escucharlos



Una **mascota** es lo mejor que le puede pasar a un **hogar**

#EllosNosNecesitan
#Escuchalos

Bibliografía

- Aguilar, N. (2012). *Manual práctico de bienestar animal* [Archivo PDF]. Recuperado de: https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta-_manual_prctico_de_bienestar_animal.pdf
- Alcázar, N. (2014). *Definición y diseño de productos editoriales*. Madrid. IC Editorial. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=HEZxrgEACAAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Angulo, E. (5 de mayo de 2020). ¿Cómo proteger a su mascota en medio de la pandemia por COVID-19? *France 24*. Obtenido de: <https://www.france24.com/es/20200505-cuidado-mascotas-pandemia-covid19-recomendaciones>
- Belluccia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza: ilusiones y desengaños*. Paidós.
- Bonilla, M. y López, A. (2016). Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada. *Cinta moebio*(57), 305-315. doi:doi: 10.4067/S0717-554X2016000300006
- Cabrera, V. y Morales, A. (2017). Debate teórico-metodológico sobre diseño gráfico: de la linealidad a la complejidad. *Intersticios sociales*(13), 1-28. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ins/n13/2007-4964-ins-13-00002.pdf>
- Castellanos, G. (5 de abril de 2016). Problemas económicos causan abandono de mascotas. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/economia-abandono-mascotas-gastos-adopcion.html>.
- Coyago, R. (2015). *Discriminación hacia los perros callejeros y la concientización de una problemática urbana por medio de una escultura* [Trabajo teórico de titulación] Universidad Central del Ecuador. Repositorio Institucional.

Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5527/1/T-UCE-0002-64.pdf>

Buenas Manos. (02 de septiembre de 2015). *Tenencia responsable* . Recuperado de: <https://www.enbuenasmanos.com/animales/convivencia-con-animales/tenencia-responsable/>

El Comercio. (7 de abril de 2020). Animalistas en América Latina luchan por ayudar a mascotas abandonadas en medio del coronavirus. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/animalistas-rescate-mascotas-abandono-coronavirus.html>

El Comercio. (22 de abril de 2020). Los afectados con covid-19 deben encargar sus mascotas a familiares . *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/afectados-coronavirus-mascotas-familiares-manual.html>

El Comercio. (8 de abril de 2020). Refugios tienen escasez de alimentos por la emergencia sanitaria. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/refugios-escasez-alimentos-emergencia-sanitaria.html>.

Fajardo, L. (2009). A propósito de la comunicación verbal. *Forma y Función*, 22(2), 121-142. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/fyf/v22n2/v22n2a06.pdf>

Freedom Animal. (03 de septiembre de 2015). *Los animales tienen derechos fundamentales*. Recuperado de: <https://animalfreedom.org/espagnol/opinion/derechosanimales.html>

García, M. (2015). El delito de maltrato a los animales. El maltrato legislativo a su protección. *Revista de Bioética y Derecho*, 43-53. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/783/78343122008.pdf>

Gavidia, J. (2015). *Lenguaje y comunicación*. Bogotá. Ediciones de la U.

- Gómez, I. y Villar, M. (2018). Diseño gráfico e imagen pública, dos conceptos a debate. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*(23), 1-11. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4779/477954382029/477954382029.pdf>
- Gómez, J. y Fedor , S. (2016). La comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Hernández, M. (2019). Hacia una comunicación eficaz. *Revista Cubana de Educación Superior*, 38(2), 1-16. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v38n2/0257-4314-rces-38-02-e6.pdf>
- La Hora. (14 de marzo de 2020). Pocas adopciones en el Albergue Municipal. *La Hora*. Recuperado de: <https://www.lahora.com.ec/noticias/pocas-adopciones-en-el-albergue-municipal/>
- Lozada, L. (2016). *El cuidado de los animales domésticos y el derecho constitucional a vivir en armonía con la naturaleza* [Proyecto de graduación, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Universidad Técnica de Ambato . Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/21230>
- Lupton , E. y Cole , J. (2016). *Diseño gráfico. Nuevos fundamentos*. Editorial Gustavo Gili.
- Maldonado , K. y Bustillos, R. (2020). Percepción de abandono de animales de compañía en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto de COVID-19. *Revista de Centro de Estudio y Desarrollo de la Amazonía*, 10(2), 33-37. Recuperado de: <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/cedamaz/article/view/829/756>
- Meza, M. (2017). El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. *e-Ciencias de la información*, 8(2), 1-20. doi: <https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.29956>
- Molina, C. (2016). *Los animales sujetos de derecho en la constitución de 2008* [Proyecto innovador de investigación, Universidad Central del Ecuador] Repositorio

- Institucional. Recuperado de:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6560/1/T-UCE-0013-Ab-257.pdf>
- Monroy, A. (6 de mayo de 2018). En Quito el abandono de perros y gatos aún no se controla. *El Telégrafo*. Recuperado de:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/quito-abandono-animales> Si va a hacer uso de la mi
- Morales, A. (2020). El método de diseño aplicado al diseño publicitario, una mirada desde los sistemas complejos. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 4(1), 12-32. Recuperado de: <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/nawi/v4n1/2588-0934-nawi-4-01-00013.pdf>
- Moreno, K. (2017). Estudio social-cultural del bienestar animal en perros domésticos de zonas urbanas y zonas rurales en el estado de Tabasco. *Revista Electrónica de Veterinaria*, 18(9), 1-9. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/636/63653009040.pdf>
- Orcero, D. (2014). *Diseño gráfico de productos editoriales multimedia*. Ic editorial. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ortiz, L., Samudio, G. y Boreki, E. (2018). Cuidado responsable de mascotas. *Revista del Nacional*, 10(2), 1-15. Recuperado de:
<http://scielo.iics.una.py/pdf/hn/v10n2/2072-8174-hn-10-02-4.pdf>
- Paredes, J. (2006). Decodificación y lectura. *Revista electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 6(2), 1-23. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44760207&idp=1&cid=4363105>
- Peña , N. (2019). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Teoría y Epistemología*, 30(2), 1-15. doi: <https://doi.org/10.15446/>
- Peña , N. (2020). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Teoría y Epistemología*, 30(2), 101-113. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/biut/v30n2/2027-145X-biut-30-02-101.pdf>

- Peñaherrera, M. (2021). *"Re-Diseño del refugio de animales KODAH para mejorar la calidad de vida de los refugiados y los trabajadores ubicado en el cantón Cevallos-Tungurahua* [Proyecto Técnico, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Digital. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32141>
- Pilay, L. (2017). Escenarios visuales para la interpretación gráfica de conceptos. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 27(4), 1-15. doi:<https://doi.org/10.15446/bitacora.v27n4Esp.62901>
- Quirola, T. (2018). *El uso de la fotografía monocromática en la concientización del maltrato animal en la ciudad de Ambato* [Proyecto de investigación, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28965>
- Ramírez, B., García, A. y Delgadillo, C. (2017). Retículas basadas en la naturaleza para el diseño de la carta editorial de la revista *Áurea: diseño+arte*. *Zincografía. Revista de comunicación y diseño*(3), 29-52. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v2n3/2448-8437-zinco-2-03-29.pdf>
- Ramírez, K., Villar, M. y Maldonado, A. (2017). Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*(21), 1-11. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4779/477948279052/477948279052.pdf>
- Redacción Sociedad. (28 de marzo de 2018). En Quito y Guayaquil hay 125.000 canes sin casa. *El Telégrafo*. Obtenido de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/perros-vagabundos-canessin-casa>
- Salmen, S. (2016). Cuidado y protección de los animales. *Avances en Biomedicina*, 5(3). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3313/331349259001.pdf>

- Sánchez, N. (2020). Desinformación en tiempos de COVID-19 ¿Qué podemos hacer para enfrentarla? *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 31(2), 1-5. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v31n2/2307-2113-ics-31-02-e1584.pdf>
- Sarmiento , M. (2019). Editorial: Diseño inclusivo. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 30(2), 1-7. doi: <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.86969>
- Solano , M. (2015). *Evaluación del grado de bienestar animal de los perros en las cuatro áreas de salud del cantón Cuenca, utilizando un test basado en las cinco libertades de los animales* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca] Repositorio digital. Recuperado de: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21436/1/tesis.pdf>
- Toala, Y. (2020). *Propuesta metodológica para el diseño de revista orientada adultos mayores* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] Repositorio institucional. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2063/1/TOALA%20P%C3%89REZ%20%20YAMILKA%20GEOMARA.pdf>
- Universidad Católica Boliviana. (16 de noviembre de 2015). *Diseño gráfico busca solucionar problemas del entorno a través de la imagen*. Recuperado de: <https://www.ucbtja.edu.bo/disenio-grafico-busca-solucionar-problemas-del-entorno-a-traves-de-la-imagen/>
- Vet Market. (15 de abril de 2020). *Medidas preventivas en centros de rescate y zoológicos*. Recuperado de: <https://vetmarketportal.com.ar/nota/1063/medidas-preventivas-en-centros-de-rescate-y-zoologicos/>
- Villafañe, L., Gómez, D. y Gómez, R. (2020). Normativas para la protección de mascotas: situación de Colombia, Chile, Uruguay y México. *Revista MVZ Córdoba*, 25(2), 1-14. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/mvz/v25n2/1909-0544-mvz-25-02-112.pdf>

- World Health Organization. (13 de mayo de 2019). *Información básica sobre la COVID-19*. Recuperado de: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>
- World Health Organization. (1 de abril de 2019). *Recomendaciones a los Estados Miembros para mejorar las prácticas de higiene de manos con el fin de ayudar a prevenir la transmisión del virus de la COVID-19*. Recuperado de: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331849/WHO-2019-nCoV-Hand_Hygiene_Stations-2020.1-spa.pdf
- World Health Organization. (14 de abril de 2020). *Actualización de la estrategia frente a la COVID-19*. Recuperado de: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid-strategy-update-14april2020_es.pdf?sfvrsn=86c0929d_10
- World Health Organization. (17 de abril de 2020). *Información básica sobre la COVID-19*. Recuperado de: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>
- World Health Organization. (9 de junio de 2020). *Sesión general de la Asamblea Mundial de delegados nacionales de la OIE*. Recuperado de: <https://www.oie.int/fr/expertise-scientifique/informations-specifiques-et-recommandations/questions-et-reponses-sur-le-nouveau-coronavirus2019/>
- World Organization for Animal Health. (2017). *Código Sanitario para los Animales Terrestre*. Recuperado de: <https://www.oie.int/es/bienestar-animal/el-bienestar-animal-de-un-vistazo/>
- World Organization for Animal Health. (2020). *COVID-19*. Recuperado de: <https://www.oie.int/es/nuestra-experiencia-cientifica/informaciones-especificas-y-recomendaciones/preguntas-y-respuestas-del-nuevo-coronavirus-2019/>

Zambrano, H. (2018). Imagen digital y tecnología. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 2(1), 61-70. Recuperado de: <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/nawi/v2n1/2588-0934-nawi-2-01-00061.pdf>

Zapatero, C. y Caldwell, Y. (2014). *Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales*. Editorial Gustavo Gili. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

Zayas, P. (2012). *La comunicación interpersonal*. B-EUMED.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENCUESTA

Objetivo: determinar el tipo de acciones aplicadas por parte de la población de las zonas urbanas de la Ciudad de Ambato, Tungurahua, Ecuador, hacia sus mascotas durante la pandemia ocasionada por el COVID-19.

Instrucciones: solicitamos contestar con sinceridad a las siguientes preguntas marcando con una X en los paréntesis, con la opción que considere adecuada.

1. **¿Cuál de las siguientes opciones considera es el concepto de mascota?**
 - a) Compañía y cuidado del hogar ()
 - b) Ser vivo, parte de la naturaleza ()
 - c) Parte de la familia, tiene derechos ()
 - d) Gasto económico y de tiempo ()
2. **¿Considera que las mascotas requieren de cuidados?**
 - a) Totalmente de acuerdo ()
 - b) De acuerdo ()
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
 - d) En desacuerdo ()
 - e) Totalmente en desacuerdo ()
3. **¿La pandemia ocasionada por el COVID-19 ha afectado a las mascotas?**
 - a) Totalmente de acuerdo ()
 - b) De acuerdo ()
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
 - d) En desacuerdo ()
 - e) Totalmente en desacuerdo ()
4. **Desde su perspectiva, ¿Cuál de las siguientes opciones describe el principal resultado de la pandemia con relación a las mascotas?**
 - a) Aumento del abandono a mascotas ()
 - b) Eutanasia por diversas enfermedades y falta de dinero para atenderlas ()
 - c) Creer que son portadores del COVID-19 y son el medio de contagio para el ser humano ()
 - d) Aumento del maltrato animal ()
5. **De acuerdo a su situación, ¿Cuál de las siguientes opciones escogería para aplicarla con su mascota durante y postpandemia?**
 - a) Buscar formas de cuidarlos y prevenir que se contagien ()

- b) Aplicar medidas de higiene como precaución ()
- c) Renunciar a su cuidado por la deficiente situación económica ()
- d) Dejarlos en centros de adopción como precaución para la familia ()

6. De los siguientes tipos de cuidado, ¿cuál ha aplicado con mayor frecuencia en su mascota?

- a) Limpieza de su lugar de descanso y comida ()
- b) Vacunación contra enfermedades y riesgos de todo tipo ()
- c) Suministrar una dieta equilibrada ()
- d) Aislamiento ()

7. ¿Las entidades municipales han socializado formas de cuidado de las mascotas en la Ciudad de Ambato durante y postpandemia?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

8. ¿Los medios de comunicación locales (radio, televisión, prensa, etc.) han socializado a la población las medidas necesarias para cuidar a las mascotas durante y postpandemia?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

9. ¿Con qué frecuencia se ha utilizado la comunicación gráfica (ilustraciones, imágenes, diseño editorial, dibujos) en la Ciudad de Ambato para dar información sobre el cuidado de las mascotas durante y postpandemia?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

10. ¿Considera oportuno conocer medidas de bioseguridad para aplicarlas con las mascotas durante y postpandemia?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De acuerdo ()
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()

11. ¿Considera necesaria a la comunicación gráfica (ilustraciones, imágenes, diseño editorial, dibujos) para transmitir información acerca de los cuidados para las mascotas durante postpandemia?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) De acuerdo ()
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- d) En desacuerdo ()
- e) Totalmente en desacuerdo ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los profesionales en diseño gráfico con relación al diseño editorial y sus funciones.

Entrevistador.....

Entrevistado.....

Título.....

Cargo-Función.....

Lugar.....

Fecha.....

1.¿Cómo el Diseño Editorial ha tenido incidencia en temas sociales?

2.¿Cuál ha sido el aporte del Diseño Editorial dentro de la comunicación visual?

3.¿Qué posibilidades comunicativas nos ofrece el Diseño Editorial?

4.¿Cuál es el aporte de la ilustración dentro del campo Editorial actualmente?

5.¿En qué magnitud influye el uso de la tipografía en el mensaje que se desea transmitir?

6.¿En cuanto a la distribución de elementos, de qué manera se puede determinar cuál sería la mejor para una correcta comprensión?

7.¿Cuál es el enfoque principal del Diseño Editorial?

8.¿Cuál es el medio más óptimo para la difusión de artes finales?

9.¿Puede el Diseño Editorial ser un método visual capaz de crear conciencia en la población sobre problemáticas de interés común?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar el criterio de los médicos veterinarios con relación a la realidad de las mascotas durante la pandemia por COVID-19.

Entrevistador.....

Entrevistado.....

Título.....

Cargo-Función.....

Lugar.....

Fecha.....

1. ¿Cómo definiría a las mascotas y cuál sería su función en el hogar?
2. ¿Considera que la definición de mascota y sus funciones en el hogar han cambiado o cambio a raíz de la pandemia por COVID-19? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?
3. ¿Considera al COVID 19 como una enfermedad zoonótica? ¿Si, por qué? ¿No, por qué?
4. ¿Qué recomendaciones de bioseguridad daría a las personas para cuidar a las mascotas durante y postpandemia?
5. ¿Cómo pudimos evitar el abandono de las mascotas que causo la pandemia?
6. ¿Cuáles podrían ser las consecuencias de suministrar fármacos a las mascotas sin prescripción del veterinario?
7. ¿Cuáles han sido las iniciativas de la medicina veterinaria hacia el cuidado de las mascotas durante y postpandemia?
8. ¿En qué aspectos la Ciudad de Ambato debería preocuparse en mayor magnitud con relación al cuidado de las mascotas?
9. ¿Cuáles podrían ser los métodos idóneos para socializar información real sobre el cuidado de las mascotas?
10. ¿Considera necesario emplear la comunicación gráfica (ilustraciones, gráficos, diseño editorial), para enfatizar en el cuidado de las mascotas durante y postpandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
ENTREVISTA

Objetivo: caracterizar la realidad del albergue municipal de la Ciudad de Ambato con relación a las mascotas durante la pandemia ocasionada por el COVID-19.

Entrevistador.....

Entrevistado.....

Título.....

Cargo-Función.....

Lugar.....

Fecha.....

1. ¿Cuál o cuáles son las funciones que desempeña el albergue?
2. ¿Cuál de todas las funciones considera es la más compleja de llevar a cabo?
3. ¿Considera que las actividades o funciones del albergue han cambiado a partir de la pandemia ocasionada por el COVID-19? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?
4. ¿Qué cambios específicos se han realizado en el albergue a partir de la pandemia?
5. ¿Cuál considera ha sido el resultado de la pandemia con relación a las mascotas?
6. ¿Qué métodos sanitarios se han aplicado en el albergue para sobrellevar la pandemia?
7. ¿Cómo caracterizaría la connotación social con relación a las mascotas, consideradas un foco de propagación del COVID-19?
8. ¿Qué actividades ha promovido o promueve el albergue como crítica hacia los aspectos negativos de los que han sido objeto las mascotas a raíz de la pandemia?
9. ¿Qué recomendaciones daría a las personas para afrontar la pandemia sin perjudicar a sus mascotas?
10. ¿El albergue municipal ha empleado la comunicación gráfica (ilustraciones, diseño editorial, dibujos) para dar a conocer sus recomendaciones para cuidar a las mascotas durante la pandemia? ¿Si, cómo? ¿no, por qué?
11. ¿Considera que la comunicación gráfica es una manera idónea para concienciar a los propietarios de las mascotas sobre el cuidado que deben tener durante la pandemia? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?



Fuente: Autor



Fuente: autor



Fuente: autor