

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Realización de un motion cómic sobre dos leyendas del oriente del Ecuador basado en un cómic del artista ecuatoriano Mauricio Gil

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Diseño Gráfico

Presentado por:

Rodrigo Eduardo Santos Román

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021-1T

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primero que nada a Dios, que ha sido la luz de mi camino, así mismo y muy especialmente a mis padres Jacinto Santos Reyna y María Alexandra Román Correa y mis padres de corazón Juan Federico Heinert y Sara Román Correa quienes me han apoyado en lograr todas y cada una de mis metas. A mis abuelos, Guiberto Román y Sylvia Correa, por impulsarme siempre a seguir estudiando y a preocuparme por mi futuro académico y profesional. A mi amada enamorada Doménica Plaza, con quien realizo este proyecto, que ha confiado en mí y me ha apoyado en todo lo que se me ha presentado en el camino.

Rodrigo Eduardo Santos Román

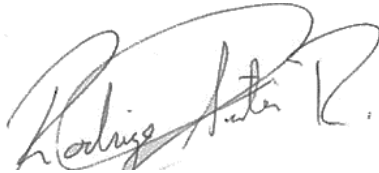
AGRADECIMIENTOS

Agradezco de todo corazón a nuestros docentes de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, por haber impartido los conocimientos que nos convertirán en profesionales. De manera especial, al Master José Daniel Santibañez, tutor de nuestro proyecto de investigación, al máster Carlos Gonzales, profesor de materia Integradora, quienes han guiado con su paciencia y disciplina; Asimismo a Mono Cómics por su valioso aporte y confianza puesta en nosotros para nuestro proyecto.

Rodrigo Eduardo Santos Román


DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Rodrigo Eduardo Santos Román* y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.”

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rodrigo Santos Román", with a large, stylized flourish above the name.

Rodrigo Eduardo Santos Román

EVALUADORES



.....

MSc. Carlos González
PROFESOR DE LA MATERIA



Firmado electrónicamente por:
**JOSE DANIEL
SANTIBANEZ
VASQUEZ**

.....

MSc. José Daniel Santibáñez
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

En el Ecuador existe una deficiencia en el nivel de lectura de jóvenes adultos, lo cual afecta a la industria de cómics nacionales. Por ese motivo se quiere incentivar, a través de un formato audiovisual, a que los jóvenes se sientan atraídos hacia estas tramas basadas en la cultura Shuar y busquen seguir la historia por el medio de un motion cómic. Para poder entregar una ilustración realista, se investigó todo lo referente a la cultura Shuar mediante un estudio etnográfico. A fin de recolectar la información deseada del grupo objetivo, se realizaron reuniones y entrevistas con un Focus Group, donde se recopiló los gustos de ilustraciones, y la forma más utilizada de consumir media. Con estos datos se modificó las ilustraciones y el audiovisual del cómic para hacerlo más llamativo. También en estas reuniones y entrevistas se recopiló la información necesaria, para saber en donde promocionar el audiovisual, y por ende hacerlo llegar a más personas interesadas. En conclusión, se puede decir, que muchos jóvenes adultos prefieren un medio audiovisual para consumir media. Además, que a través de ello se puede captar su atención para que se interesen en una trama y la quieran seguir por un medio escrito.

Palabras Clave: Cultura, diseño, cómics, lectura, Ecuador.

ABSTRACT

In Ecuador there is a deficiency in the reading level of young adults, which affects the national comics industry, for this reason we want young people to feel interested to these plots based in the Shuar culture through an audiovisual format and for them to seek to follow the story through a motion comic. To provide a realistic illustration, everything related to the Shuar culture was investigated through an ethnographic study. To collect the desired information from the target group, meetings and interviews were held with a Focus Group, where the likes of illustrations and the most used way of consuming media were collected, this information was used to modify the illustrations and the audiovisual project for the comic and make it more eye-catching. These meetings and interviews also helped with the necessary information to know where to promote the audiovisual project and therefore make it easily to reach more interested people. In conclusion, it can be said that many young adults prefer an audiovisual format to consume media and that through this format, their attention can be captured so that they are interested in a plot and want to follow it through a written format.

Keywords: *Culture, design, comics, reading, Ecuador*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
1. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Descripción del problema	12
1.2 Justificación del problema	13
1.3 Objetivos	15
1.3.1 Objetivo General	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 MARCO TEÓRICO	16
1.4.1 Antecedentes: El Cómic	16
1.4.2 Estudios previos del Motion Cómic	18
1.4.3 Motion Cómic: Estilos y Tendencias	18
1.4.4 Motion Cómic en Ecuador	20
1.4.5 Artes visuales y su evolución.	20
1.4.6 Teoría de la Codificación Dual	22
1.4.7 La animación como herramienta para la educación	23
1.4.8 Estrategias de marketing en producciones.	25
1.4.9 Derechos de autor, conexos, morales y patrimoniales	25
2. METODOLOGÍA	29
2.1 Enfoque	31
2.2 Población	32

3. RESULTADOS	33
4. PROPUESTA	38
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
5.1 Conclusiones	40
5.2 Recomendaciones	40
BIBLIOGRAFÍA	41
Anexo 1	44
Anexo 2	46
Anexo 3	49
Anexo 4	53
Anexo 5	54
Anexo 6	57
Anexo 7	59
Anexo 8	61

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Moodboard Shuar.....	30
Imagen 2 Guion técnico [Elaborado por Doménica Plaza]	30
Imagen 3 Estética utilizada para la ilustración.....	31
Imagen 4 Storyboard [Elaborado por el autor].....	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	33
Gráfico 2	33
Gráfico 3	34
Gráfico 4	34
Gráfico 5	34
Gráfico 6	35
Gráfico 7	35
Gráfico 8	36
Gráfico 9	36
Gráfico 10	36
Gráfico 11	37
Gráfico 12	37
Gráfico 13	37

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo presentado aborda la situación del bajo nivel de lectura en el Ecuador, que también afecta a la industria del cómic del país, incluyendo al artista ecuatoriano Mauricio Gil Gutiérrez, quien no ha podido vender ciertos tomos de su saga Leyendas. El interés de este trabajo viene dado por el crecimiento de la industria del cómic en los últimos años, relacionada a producciones de películas. Este crecimiento no se ha visto reflejado en la industria nacional. Este trabajo analiza el motivo por el cual no se lee en el Ecuador, y se busca solucionarlo con alternativas visuales, contribuyendo a la industria nacional del cómic y, en conjunto, mejorar el nivel de lectura nacional, además de gozar de los aportes de una población lectora.

1.1 Descripción del problema

En el Ecuador el índice de lectura es el más bajo de América Latina, cada ecuatoriano lee “un promedio de 0,5 libros por año, según Unesco” (El Telégrafo, 2021). No se “prioriza las herramientas necesarias para una educación; esta falta de prioridad se refleja en la falta de lectura en el país” (Alemán A. 2019). Mientras que en el mundo hay editoriales que tienen relevancia y se leen a nivel mundial, en Ecuador tenemos un problema de lectura. A este problema se le suman las nuevas tecnologías que limitan nuestro cerebro y lo condicionan a productos de rápida asimilación y procesamiento, según Bhaskar hay evidencia de que la tecnología digital y las redes sociales están reprogramando nuestro cerebro: “Un estudio de Microsoft mostró que, en el año 2000, los seres humanos, en promedio, podíamos mantener la concentración en una tarea durante 12 segundos.” (Tobar C. 2019).

A esto se le suma que la industria del cómic en el país no está tan encendida como en otras partes del mundo. La gente no suele comprar un cómic en formato físico, pues no existe esa costumbre de conseguir una historieta. La industria gráfica editorial no es potente y cuenta con un mercado muy pequeño, a diferencia de otros países como Uruguay o Cuba (Bonilla X, 2019). Solo ciertas historietas ecuatorianas han logrado impacto, como ciertas secuencias esporádicas creadas por caricaturistas en diarios y revistas de humor. En otros países, se ha llegado al punto en donde se generan películas, como las de la editorial y casas productoras Marvel Cómics, DC Cómics y japonesas.

En el Ecuador hay mucho potencial y talento, por lo que este proyecto puede ser una coyuntura para que en un futuro se generen más producciones audiovisuales basadas en estas historias.

1.2 Justificación del problema

Existe en el Ecuador la problemática de la “brecha de conocimiento hacia el cómic clásico y por ende hacia la lectura del cómic en sí” (Olaya Rojas, 2019). Se pretende generar un aporte a la lectura de este tipo de publicaciones ecuatorianas y a la lectura en sí, a través de una producción audiovisual animada al estilo motion cómic basado en el tomo No. 14 de la serie LEYENDAS: Leyendas del Oriente, del artista Mauricio Gil. Plasmando dos leyendas autóctonas con una estética y un formato que cautiven al receptor, ofreciendo un material de entretenimiento cultural para los jóvenes adultos del Ecuador.

Según Manno, se ha demostrado que los cómics motivan y apoyan a quienes se les dificulta la lectura, también enriquecen las habilidades de lectores con experiencia; lectores emergentes y principiantes; por este motivo se ha elegido este formato para este proyecto. A su vez, se ha corroborado que son eficaces en la enseñanza de material que resulta aburrido para los jóvenes, especialmente en áreas tales como los estudios sociales (Manno & 2U, 2014). Permite que se siga “una secuencia de ilustraciones que forman una historia”. No se necesita poder decodificar el texto para aprender y comprender, pues el formato permite leer

historias “mucho más complejas de lo que es posible con el texto y la ilustración tradicionales” (Manno & 2U, 2014).

Un punto importante que debe destacarse es que mientras el formato de cómic tradicional presenta al espectador los marcos de la página, los motion cómics permiten a los lectores interpretar el ritmo de los eventos al transformarse en una secuencia (Vistisen 2016, Sandvik 2018), motivo por el cual se utiliza este esquema para el proyecto. Esto permite la formación de una anticipación y suspenso muy diferente del cómic tradicional y, por ello, tiene el potencial expresivo de las películas animadas (Andersen & Vistisen, 2020).

Al momento de utilizarlo como herramienta educativa, Josh Elder establece que tienen como fortaleza las "Tres E de los cómics": Engagement, Efficiency, Effectiveness (Manno & 2U, 2014). Compromiso o Engagement, debido a que “los lectores deben encontrar significado de manera activa a partir de la interacción de texto e imágenes, así como también rellenando los espacios entre paneles” (Manno & 2U, 2014). Eficiencia o Efficiency: su formato transmite bastante información en poco tiempo, lo cual resulta efectivo para enseñar contenido denso. Eficacia o Effectiveness: el texto y las imágenes en conjunto llevan a una mejor retención del aprendizaje, lo cual se ha demostrado por medio de experimentos neurológicos debido a que se procesan en diferentes áreas del cerebro, llamado “cognición de codificación dual” (Manno & 2U, 2014).

En Estados Unidos, Reading With Pictures asesora a empresas, instituciones, maestros, bibliotecarios, padres, creadores, minoristas y editores sobre cómo utilizar cómics para involucrar a todos los lectores de diferentes niveles, fomentando el placer de la lectura y la alfabetización (Reading With Pictures, 2021). Para esto, se promueve la creación y acceso a cómics representativos, como el que se plantea adaptar para este proyecto, esto debido a que los cómics son una herramienta que aporta a que se conozca el material con mayor rapidez y se lo aprenda mejor (Manno & 2U, 2014).

Los superhéroes toman la delantera en las cintas cinematográficas, sin embargo, el manga es superior en cuanto a las ventas físicas de tomos escritos. El año pasado, los cómics japoneses o novelas gráficas de inspiración japonesa en

teoría vendieron más que los cómics de superhéroes anteriormente de moda por primera ocasión en Estados Unidos, una tendencia que se espera que continúe (Medina, 2019).

Esta cualidad del cómic americano no ha sido constantemente de esta forma, debido a que si nos remontamos a los años 60 tenemos muchísimas historias, cuyos protagonistas son personas tradicionales llevando a cabo proezas dignas de soldados de mitologías. Esta situación se refleja en Flash Gordon de Alex Raymond, el cual siendo un sencillo jugador de polo finaliza salvando al mundo de una amenaza espacial. Esta clase de héroes desaparecería casi por completo a partir de la década de 1960, junto a la llegada de una ola de adolescentes dibujantes y escritores que basaban sus historias en personas con poderes adquiridos de diversas fuentes. La población por el momento no pedía historias de cowboys sino militares que pudiesen contribuir a combatir el crimen y rescatar a la urbe del malo de momento (Lázaro, 2012).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Interpretar un visual para incentivar a la lectura en jóvenes adultos, mediante el método animado motion cómic, utilizando un cómic ecuatoriano en un periodo de tiempo de 3 meses.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Entender el potencial que tiene el cómic para incentivar la lectura y el aprendizaje.
2. Prototipar personajes para el cómic fundamentado en la cultura shuar y sus aspectos simbólicos.
3. Rediseñar un visual para su posterior animación con el objetivo de incentivar a la lectura en jóvenes adultos (18 y 21 años).

1.4 MARCO TEÓRICO

1.4.1 Antecedentes: El Cómic

Los cómics y las tiras de dibujos animados han existido durante mucho tiempo, desde las primeras pinturas rupestres que representan escenas gráficas de los cómics digitales que vemos hoy (Oxford Cambridge and RSA, 2016). El cómic es una forma de relato gráfico que se crea a base de dibujos encuadrados en viñetas, es conocido también como historietas. Este arte que es básicamente un relato donde priman los dibujos y las imágenes, puede estar acompañado de texto, aunque no necesariamente, es aquí donde se incluyen elementos como símbolos, onomatopeyas, y formas expresivas, etc. Se popularizó en el siglo XX, aunque también se considera que hubo relatos de este tipo mucho antes. Está diagramado por viñetas que suelen estar marcadas, donde se señalan diferentes situaciones y también puede representar un momento específico de la historieta (Bembibre, 2010).

El cómic un modo alternativo de expresión artística, que muchas veces ha sido utilizado para expresar desacuerdo con hechos que suelen suceder en nuestra sociedad, y su manera de llegar a sus lectores es a través de publicaciones de revistas, periódicos y otros medios de comunicación. Las historias más populares son las de superhéroes, personajes irreales y míticos, con situaciones incoherentes y exageradas que siempre están llenas de expresividad. Aunque, en su mayoría, están dirigidos a adultos, son más populares entre niños (Bembibre, 2010).

Los cómics desarrollaron su propio estilo, personajes y seguidores. Los cómics han servido para muchos propósitos; en primer lugar, para entretener, pero, en segundo lugar, en el caso de algunos cómics, para transmitir un mensaje a quien lo leyó (Oxford Cambridge and RSA, 2016). Las grandes industrias del cómic son: estadounidense, belga y japonesa, esta última popularmente conocida como manga. Cada una tiene su manera de distribuir y producir sus trabajos (Bembibre, 2010).

Historia del cómic ecuatoriano

A mediados del siglo XX en Ecuador no era rentable vender cómics escritos por artistas nacionales. Por este motivo existe una ausencia de publicaciones y distribución de obras, debido a que en nuestra sociedad habíamos heredado o puesto más importancia a productos anglosajones, tales como Superman y Batman. El motivo del éxito de estas historietas fue que no solo había humor, sino también otros géneros literarios como el horror, realidades de la guerra o también el crimen organizado. Estos temas cautivaban a los lectores por su narrativa y originalidad; quienes tomaron esta ventaja y distribuyeron sus productos en “dimensiones corporativas”, en consecuencia, maximizaron su penetración en el mercado internacional (Zabala, 2014).

Las historietas creadas por artistas ecuatorianos contenían “al menos dos viñetas yuxtapuestas” (Zabala, 2014). Esto para que el lector participe con su imaginación en la narrativa, donde este formato lograba “un lenguaje auténtico, y con reglas propias” (Zabala, 2014). Los caricaturistas fueron los que lideraron en la creación la historieta nacional. Se denomina caricatura a la “expresión gráfica que busca criticar al poder utilizando el humor” (Zabala, 2014). Fueron muy pocos en el Ecuador quienes creaban sus historias con narrativa unificada, donde se podía encontrar “esbozos de diseño personajes, locaciones y descripciones al pie de cuadro y con sus diálogos” sin dejar de lado el humor (Zabala, 2014).

El cómic en Ecuador fue utilizado por el gobierno para difundir información de interés general como JUANITO, EL EMPADRONADOR en (G. Mendoza, 1974), donde se informaba a la ciudadanía sobre el censo nacional. El primer caso de narrativa extendida en formato cómic a todo color fue La historieta titulada Cuando en el Ecuador no se hablaba Castellano (Margarita Jaramillo Salazar, 1979), trabajo que fue apoyado por el departamento de arqueología del Banco Central. Se mostró por primera vez en 1993 uno de ciencia ficción ecuatoriano a través de Privatefalia (Bonil, 1993).

En la actualidad aún los artistas visuales son los que en su mayoría están creando cómics. Para crear uno, se debe realizar una búsqueda personal, donde la creatividad siempre está presente hasta lograr adaptar la historia a las viñetas. El

proceso es de dibujar, colorear y escribir diálogos. Esto puede ser de manera física o digital. En el Ecuador rara vez se publica y menos aún distribuye, además no se suele contar con la participación de un escritor o guionista en este tipo de proyectos (Zabala, 2014).

1.4.2 Estudios previos del Motion Cómic

El motion cómic es una alternativa no tradicional a la lectura como método didáctico o de entretenimiento. A pesar de esto es una alternativa ya utilizada habitualmente en el medio de las artes visuales. Esta alternativa es comúnmente utilizada en medios en línea, sobre todo en plataformas audiovisuales. El motion cómic ha sido objeto de estudio como una alternativa audiovisual para incentivar a la lectura o promover estos hábitos de manera alternativa a la tradicional. Un ejemplo de estos estudios es el de Olaya (2019), que determinó que un gran número de personas que consumen cómic en su mayoría consumen historietas a través de redes sociales, y dentro de ese porcentaje prefieren consumir motion cómics (Olaya, 2019). Esto nos sirve como argumento para desarrollar y profundizar en este medio audiovisual que ya tiene un gran porcentaje de adeptos. El motion cómic se considera hoy por hoy una forma en crecimiento de animación digital y como un híbrido entre animación y cómic, cada uno respetando los códigos y protocolos de ambas disciplinas (Aguirre, 2013).

1.4.3 Motion Cómic: Estilos y Tendencias

La calidad de los motion cómics tienen en cuenta tanto la estética del medio del cómic tradicional como la digital, lo que resulta en una práctica cultural que explora nuevas maneras de contar historias sobre personajes de la cultura popular. Algunas se fundamentan en un formato de película de una sola pantalla, sin paneles. Estos utilizan tanto el movimiento panorámico como movimientos suaves (Andersen, T., & Vistisen, P., 2020). Dependiendo del enfoque adoptado por el director de animación, se puede rechazar el diseño de diversos paneles del cómic tradicional, convirtiendo las imágenes del panel en su sitio (Smith & Queen's University Belfast,

2011). Los recursos cruciales de estos son la utilización de desplazamiento, que da una sensación de flujo natural y el audio que brinda narración, diálogos y sonidos naturales. Esto hace del producto una vivencia distinta a la de leer un cómic tradicional (Andersen, T., & Vistisen, P., 2020). Además, si los definimos como un medio híbrido, la naturaleza misma del motion cómic es dinámica. Su naturaleza posibilita al director de animación tomar posesión de imágenes, sonidos y recursos textuales por medio de un proceso de estructura y animación digital que evocan una vivencia audiovisual posmoderna exclusiva (Smith & Queen's University Belfast, 2011).

En otros formatos, no obstante, los paneles se adaptan fielmente la composición clásica del cómic tradicional. Esto representa una manipulación espacial sencilla que suele divergir poco en los cómics tradicionales para emular recursos emocionales de la historia. Un componente clave es la diferencia en el nivel de profesionalismo en la producción de motion cómics:

- Como una adaptación o apropiación de formatos o modalidades de medios existentes (más comúnmente cómics tradicionales).
- Como formato de relevo para otro formato o modalidad multimedia en la misma producción para expresar algo que el formato original no puede ...
- Como complemento en el contexto de múltiples producciones de medios en una narración transmedia.
- Como una subcreación hecha por fans, aprovechando tanto la adaptación como las producciones complementarias” (Andersen, T., & Vistisen, P., 2020).

El modelo original transmedia, mencionado ahora último, es un modo de producción no realizada para la audiencia de fans, sino, como una producción de los admiradores en sí misma. Esto apunta hacia otra forma de valorar las tendencias del motion cómic, gracias a su uso de adaptaciones y reinterpretaciones de maneras visuales existentes. Los motion cómics se transforman en un transporte para la cultura, gracias a la interacción con su fandom, generando no solo contenido, sino además forma (Andersen, T., & Vistisen, P., 2020).

1.4.4 Motion Cómic en Ecuador

El motion cómic en el Ecuador es un área muy poco explorada, por factores adversos que impiden su creación y difusión, uno de estos factores es la comercialización. La poca o nula publicidad ha hecho que esta actividad no se realice o explore con frecuencia (Olaya, 2019). Uno de los referentes del cómic y la animación nacional es “Capitán Escudo”, un personaje ficticio creado en Quito en 2006. María Belén Garcés Custode (2016) mencionó que “el Capitán Escudo, como producto comercial, incorpora características de los superhéroes de la industria del cómic internacional, pero enarbolando estos rasgos ecuatorianos”.

A pesar de tener un personaje consolidado en la mente ecuatoriana la revista *¡elé!* se vio obligada a culminar su edición con la número 69 por motivos económicos (Garcés Custode, 2016). Otro de los intentos por incentivar la cultura del cómic y la animación es la creada en 2015 por estudiantes politécnicos, recreando leyendas ecuatorianas como “La Dama Tapada” y “El Tin Tin”, con el objetivo de explorar y exportar la cultura ecuatoriana mediante esta técnica. Otro ejemplo es el “cortometraje para la prevención del consumo de drogas en noveno año del Colegio Camilo Gallegos Toledo” llamado “El Virus de la Droga” por parte de estudiantes de la ESPOCH (D. Tarira, A. Mira, 2017), un intento por erradicar el consumo de drogas en menores de edad.

A pesar de estos ejemplos existe el desconocimiento de estos proyectos por los motivos ya antes mencionados, ante estos antecedentes existe también la desmotivación por parte de los autores como de empresas que apuesten por este método de comunicación audiovisual.

1.4.5 Artes visuales y su evolución.

La ilustración viene del latín *illustrationem* que significa “representación vívida” o “iluminar”. Éste último se lo emplea como “proporcionar imagen para enseñar” (Cambridge, s.f). Ésta es una técnica que ha estado conectada con el ser humano desde épocas de las cavernas. Los primeros rasgos de ilustración fueron encontrados en Francia en las cavernas de Lascaux alrededor de los años 15.000

a.C. En la edad media se usó la ilustración en los manuscritos ilustrados con el objetivo de enriquecer la comprensión de la lectura.

El cómic en un inicio se catalogaba únicamente con base en su sentido etimológico komikos = relativo a la comedia, sin embargo, el cómic ha evolucionado a través del tiempo desde su inicio (Douglas Harper, s.f). El cómic cobra vida a finales del siglo XIX con “The Yellow Kid”, libro que recopila historietas de recortes de diarios de la época. En cuanto al primer cómic impreso de manera mensual encontramos a Cómics Monthly que empezó a lanzarse en 1922. A principio del siglo XIX la caricatura alcanzó una fama creciente, se encontraban en puestos callejeros y en pequeñas tiendas. En 1928 Walt Disney encontró en la ilustración una mina de oro, comenzando a hacer cortos animados de personajes imaginarios, empezando así un imperio que sigue intacto hasta estos días (Norman Rockwell Museum, 2020a).

En 1935 National Allied Publications quien después sería precursora de DC cómics, publicó New Fun #1, este sería el primer cómic lanzado completamente con material original, en este participaron dos de los creadores que tiempo después crearían a Superman. En 1938 empezaría lo que hoy se conoce como La Época Dorada del Cómic; Superman debuta en Action Cómics como el primer superhéroe occidental y Batman nacería en menos de un año. Marvel, por otro lado, vio la luz en octubre de 1939 con “Marvel Cómics #1”. En los tiempos modernos el cómic ha aumentado sus adeptos, de ser un elemento de entretenimiento y fomento de la lectura pasó a convertirse en toda una cultura que ha sobrepasado el medio impreso saltando a una plataforma multimedia (Norman Rockwell Museum, 2020b). Entre ellos se encuentra el motion cómic o cómic en movimiento que, según (Oxford Cambridge and RSA, 2016), es una técnica audiovisual que une recursos de cómics impresos junto con animación. Los paneles característicos del cómic se expanden en la pantalla, a su vez añadiendo efectos de sonido, actuación de voz y animación de los elementos ilustrados.

1.4.6 Teoría de la Codificación Dual

La neurología, por medio de la Teoría de Cognición Dual, ha demostrado que procesamos texto e imágenes en “diferentes áreas del cerebro”. Esto lleva a una mejor y mayor retención de memoria y transferencia de lo aprendido. Esta teoría fue desarrollada por Allan Paivio, uno de los psicólogos más citados del mundo, debido a su trabajo de investigación que, junto a otros, volvió a las “imágenes mentales y la cognición un campo de estudio respetable” luego de su destierro durante la época de la psicología conductista (Katz, Western University & Psynopsis Canada’s Psychology Magazine, 2017), la cual postulaba que se puede ser condicionado para el desarrollo de carácter y conducta considerados correctos (WEB SOLUTIONS LLC & Psychology Encyclopedia, 2021).

En 1977, Paivio realiza su investigación “aplicada al aprendizaje multimedia”, estableciendo que se dispone de dos sistemas de “procesamiento de información”: la representación verbal y la visual (Katz, Western University & Psynopsis Canada’s Psychology Magazine, 2017). También creó el principio de la continuidad, el cual declara que la efectividad del multimedia es mayor en los casos en que la información verbal y visual van conjuntas en el tiempo y espacio. Se emplea en su mayoría en labores de retención de memoria y resolución de problemas (Fagúndez & Morales, 2001, como se cita en Manno & 2U, 2014). Esto, aplicado al cómic demuestra que su característica secuencial no sólo aporta “con una historia apasionante”, sino que, debido a la teoría de la codificación dual, a los jóvenes se les resulta “más fácil recordar información cuando las conexiones del cerebro se refuerzan con imágenes, bocadillos, sonidos y acciones” (Manno & 2U, 2014).

El motion cómic también es eficiente, al presentar solo información indispensable. Transforma temáticas extensas en concisas, ayudando así a mantener el interés. No se determina con conceptos simples, “es capaz de fomentar procesos de pensamiento creativos y de alto nivel” al combinar imágenes con texto “para expresar la sátira, el simbolismo, el punto de vista, el drama, los juegos de palabras y el humor” de maneras que usualmente no se logran con texto únicamente (Manno & 2U, 2014). Esto se ha sido demostrado en instituciones educativas con el uso del motion cómic, como argumenta Jun Liu en el “Efecto de

las tiras cómicas en la comprensión lectora de los alumnos de L2" (TESOL Quarterly, 2014): "... Los estudiantes de bajo nivel que recibieron el texto de alto nivel con la tira cómica obtuvieron una puntuación significativa más alto que sus contrapartes que reciben solo el texto de alto nivel" (como se cita en Manno & 2U, 2014). Mayer, Richard E. y Clark, Ruth Colvin mencionan que las personas que aprendieron de este método lograron un porcentaje de 55 a 121 "por ciento más de soluciones correctas para transferir problemas" que las que no. Y en todos sus estudios, la ganancia en promedio fue "del 89 por ciento" (Pfeiffer, 2011, como se cita en Manno & 2U, 2014).

1.4.7 La animación como herramienta para la educación

En un detallado estudio "Animation as an Aid to Multimedia Learning" (La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia) que publicaba el «Educational Review Psychology» se mostraba la efectividad de la animación en estudiantes universitarios, a la hora de memorizar, atender, almacenar y recuperar información adquirida. (VIÑAS, 2012).

Desde el arte, las ciencias y las matemáticas, la animación en el aula puede promover una mejor comprensión de las materias, si lo comparamos con un formato de presentación verbal (dominante en nuestras aulas) y siempre que se utilice bajo ciertas condiciones, según nos indica este estudio.

Las conclusiones son claras y sencillas. La animación mejora el aprendizaje cuando va acompañada de una narrativa informal y ambas, narración y animación, se presentan de forma simultánea. Por otro lado, la música, los sonidos y el texto escrito parecen reducir el aprendizaje por distraer la mente del estudiante. También el impacto es superior en el aprendizaje, cuando el objetivo de la animación es explicar un tema complejo que requiere de una profunda comprensión. (VIÑAS, 2012).

Para la sorpresa de muchos, los proyectos educativos con esta técnica de animación van más allá de las asignaturas de plástica y arte. Como docentes podemos crear o buscar animaciones ya creadas, para mostrar a los alumnos un

concepto complicado de cualquier asignatura. Como alternativa podemos hacer que sean los alumnos los que creen una animación para documentar un tema. Ejemplos de actividades realizados por docentes (VIÑAS, 2012).

Las ventajas que presenta la animación al ser utilizada en la enseñanza han sido científicamente comprobadas. En el estudio “La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia” realizado por Mayer y Moreno (2002), se demostró la efectividad de la animación en estudiantes al mejorar su capacidad de memorizar, almacenar, atender y recordar la información presentada.

Otro de los beneficios de usar la animación es que los estudiantes comprenden mejor cuando el propósito de la animación es explicar un tema que requiere de una profunda comprensión. La aplicación de la animación en varias asignaturas es otra ventaja. Es posible utilizarla para explicar varios conceptos o como síntesis de cualquier tema en: Lengua, Historia, Ciencias, Matemáticas, Arte.

El papel de la animación en el aprendizaje multimedia (incluidos los mensajes instructivos multimedia y los juegos de micro mundo), presentamos una teoría cognitiva del aprendizaje multimedia y resumimos nuestro programa de investigación, que ha arrojado siete principios para el uso de la animación en el aprendizaje. Estos incluyen el principio multimedia (presentar animación y narración en lugar de narración sola), principio de contigüidad espacial (presentar texto en pantalla cerca en lugar de lejos de la animación correspondiente), principio de contigüidad temporal (presentar animación y narración correspondientes simultáneamente en lugar de sucesivamente), coherencia principio (excluir palabras, sonidos y videos extraños), principio de modalidad (presentar animación y narración en lugar de animación y texto en pantalla), principio de redundancia (presentar animación y narración en lugar de animación, narración y texto en pantalla) y principio de personalización (presentar palabras en estilo conversacional en lugar de formal) . La animación puede promover la comprensión del alumno cuando se usa de manera consistente con la teoría cognitiva del aprendizaje multimedia. Mayer, RE, Moreno, R. (2002)

1.4.8 Estrategias de marketing en producciones.

Las estrategias utilizadas en los créditos finales de las series norteamericanas no han innovado mucho, donde una muestra normal de créditos finales muestra el texto blanco que aparece y desaparece por corte sobre el aséptico fondo negro, como resultado, el posicionamiento y la nomenclatura es mucho más flexible (Bort, 2010).

En el anime japonés la terminología más utilizada es ending, cuyo texto de crédito se apila sobre una serie de imágenes y videos que son completamente diferentes a la apertura, pero igual de complejos y obedientes a él, que tiene tema propio y es tan o más característico que los créditos iniciales (Bort, 2010).

El ending ha mutado en las denominadas tags, término que según Toledano y Verde (2007: 110) define la escena final de cada episodio que, de un modo similar al teaser, engancha al espectador a quedarse hasta el final de los créditos, ya que los mismos se están sobrepresionando sobre una última – y normalmente especialmente cómica – escena de cierre del episodio. Estos tags han sido incluso adaptados inteligentemente al cine, siendo precisamente la animación y la comedia, los géneros que con mayor éxito y frecuencia han llevado a cabo dicha práctica (Bort, 2010).

1.4.9 Derechos de autor, conexos, morales y patrimoniales

El derecho de autor es una disciplina jurídica que regula los derechos humanos de un individuo al momento de crear alguna idea, la cual debe ser única y original. Estas pueden ser “obras literarias, teatrales, musicales, artísticas, científicas y también audiovisuales”. Los derechos de autor y conexos pueden ser morales y patrimoniales (SENADI, 2021).

“Los derechos conexos protegen a quienes, sin ser autores, contribuyen a la creación”, es decir, son los que “están presentes en el proceso” de hacer pública la obra (INSTITUTO AUTOR, 2020). Estos están relacionados directamente con los derechos de autor, los cuales engloban a artistas, intérpretes, productores, creadores audiovisuales, radiodifusores, realizadores de fotografías, editores de

ciertas obras. Una de las reglas para poder ejecutarlos es que no debe lesionar a los de derechos de autor de la obra que ya existían (INSTITUTO AUTOR, 2020).

Los derechos morales son los que protegen cada creación, ya que cada una tiene sus propias particularidades y forma de ser protegidas, esto nos quiere decir que los derechos morales son los que dan crédito al autor por su creación, en la cual se llega a materializar su idea a la realidad. Estos derechos son inalienables, irrenunciables, intransferibles, innegociables, entre las facultades:

- “La persona que creó la obra pueda elegir si la obra llevará su nombre, algún seudónimo o se encuentre en el anonimato.”
- Definir la publicación o exposición de la obra por primera vez.
- Oponerse a su alteración o modificación.
- Incluso puede retirarla del comercio y oponerse a su reproducción siempre indemnizando por las consecuencias que produjere su retiro.
- Reclamar los créditos para que se den de forma correcta en cualquier momento de la existencia de la obra” (Briones Puga, 2019).

Las obras que son protegidas son tales como “novelas, poema, obras de teatro, periódicos, programas informativos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, esculturas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria” (SENADI, 2021). En Ecuador la duración de la protección de derechos patrimoniales dura toda la vida del autor y 70 años después de su muerte, y los derechos morales duran indefinidamente (SENADI, 2021).

Los derechos morales son los que se presentan a continuación. Derecho a la paternidad es la primera facultad donde se reconoce al autor como creador (Briones Puga, 2019). Derecho de ineditud es una facultad que posee el autor donde decide de qué manera y cuándo da a conocer su obra o caso contrario se lo reserva (Briones Puga, 2019). Derecho a la modificación esta facultad corresponde a poder decidir si la obra necesita alguna modificación, arreglo, donde se la puede ampliar o reducir, donde el autor realiza cambios, aunque ya este publicada (Briones Puga, 2019). Derecho al retracto o retiro es la facultad donde el autor determina si retira

su obra del acceso público, aunque ya previamente lo había autorizado. Es importante indicar que esto siempre que el autor otorgue una compensación económica a quienes cause daño esta acción (Briones Puga, 2019).

Los derechos patrimoniales se caracterizan porque son en los cuales se habla de administrar el dinero, los cuales pueden ser transferidos y donde una tercera persona puede ser el titular de estos derechos sin que sea el autor. Aquí podemos definir las condiciones para poder adquirir beneficios de la obra. Estos derechos “se pueden ceder, se pueden licenciar, y también se puede definir un precio” (Briones Puga, 2019).

- “El titular determinará las formas de reproducción de la obra y definirá cuantas copias de la obra se podrán realizar y vender.
- El titular determinará las formas de adaptación de la obra.
- El titular determinará la comunicación pública de la obra.
- El titular determinará la forma de la distribución de la forma y oponerse a su importación.
- El titular determinará las formas de traducción de la obra.
- La puesta a disposición del público de sus obras, de tal forma que los miembros del público puedan acceder a estas obras desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija” (Briones Puga, 2019).

El derecho de reproducción tiene como objetivo poner al alcance del público la creación, donde el autor intelectual concede permiso a terceros para reproducción total o parcial de su obra (Briones Puga, 2019). El derecho de comunicación pública es esta facultad que posee los autores de obras literarias y artísticas donde autorizan o prohíben la distribución al público de su obra mediante cualquier medio, el autor puede elegir que medio utilizar donde considere que se respetan sus derechos de autor (Briones Puga, 2019). El derecho de transformación está relacionado con el derecho de modificación de la obra, pero se refiere a la capacidad de adaptar la obra ya creada, con base de una elaboración de una nueva obra. “Cuando la obra ya es de dominio público ya no requiere la autorización del autor original” (Briones Puga, 2019).

Derecho de distribución consiste en que el autor establece las especificaciones para poder utilizar la obra y también decide como las dispondrá al público, el autor determina si la vende, alquila, arrienda, presta o cualquier otra manera que desee, el autor posee la facultad de decidir, autorizar o prohibir el lugar, donde y cuando se publicará la obra (Briones Puga, 2019).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Si hablamos de la metodología de investigación para este proyecto, podemos decir que por su naturaleza es de campo, debido a que uno de los objetivos específicos del trabajo es ayudar a promover la lectura en el país, la cual como ya fue explicada es deficiente. Para la parte visual, la metodología que utilizamos fue de carácter etnográfico (Peralta, 2009), para poder tener una representación real de la cultura Shuar en todo su esplendor (caracteres visuales) al momento de realizar las animaciones. Este trabajo comprende el rediseño y readaptación del cómic con carácter cultural “Leyendas del Oriente” lanzado por la Editorial Mono Cómics en el año 2013 y con la finalidad de ser animada bajo el esquema de Motion Cómic.

También utilizamos la metodología netnográfica (Turpo, 2008), para poder entender los gustos de nuestro grupo objetivo al momento de usar el internet, ya que estos comics no serán solo reproducidos y repartidos de forma física si no también digital. Como primer objetivo para la realización del proyecto se recopiló 23 tomos de la serie “Leyendas”, Títulos insignes de esta editorial. Ortega (2012) asegura que conocer al consumidor es primordial para acercarnos a sus emociones y necesidades. Por este motivo se desarrolló un Focus Group con 10 jóvenes estudiantes de diversas universidades del país. Este se manejó a través de una videoconferencia en la plataforma digital Zoom, donde presentamos un PDF con diversas leyendas que conforman los 23 tomos de “Leyendas”, de esta manera se llegó al cómic escogido. Se procedió a crear un moodboard (Imagen 1), con la información recogida de nuestro estudio etnográfico, rescatando los aspectos estéticos, culturales, sociales y religiosos de la cultura shuar.

MOODBOARD SHUAR

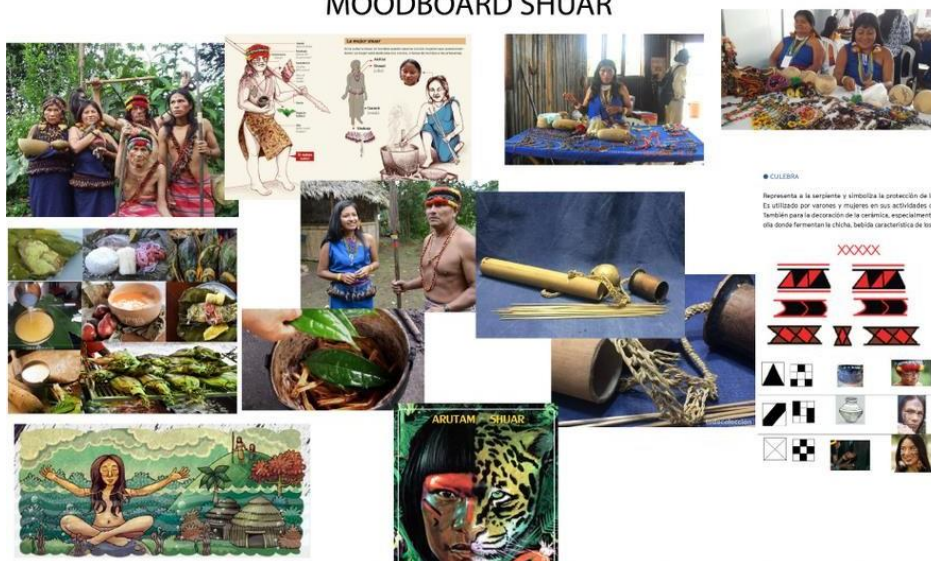


Imagen 1 Moodboard Shuar

Posteriormente investigamos diferentes versiones de las leyendas seleccionadas, así como variaciones en la historia, nombres de personajes y sucesos acontecidos. Luego para un mejor desarrollo de la historia y resolver los problemas de narración en el texto original se creó el guion técnico (Anexo 5 y 7) en conjunto con la estudiante Doménica Plaza, de las dos leyendas a partir del guion literario creado por Jasseek Miranda, ambas estudiantes del área audiovisual.

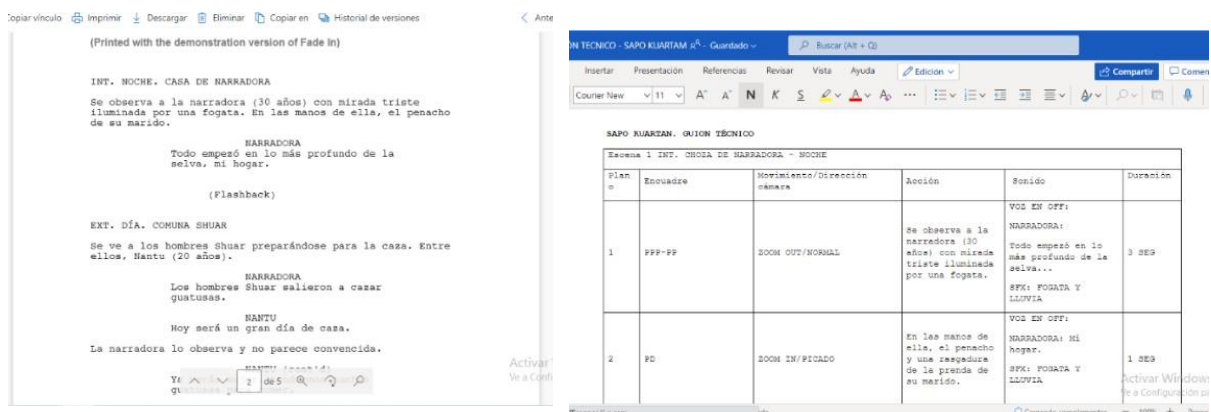


Imagen 2 Guion técnico [Elaborado por Doménica Plaza]

En cuanto a ilustración se estableció una estética (Imagen 3) lo más acercada a las tendencias de novelas gráficas actuales, las mismas que tienen una mayor aceptación del público juvenil. Ya con una idea de la historia y estética se procedió

a crear un storyboard (Anexo 6 y 8) de ambos cómics con sus escenas, locaciones y encuadres los cuales llegaron a un aproximado de tres minutos de duración por cada historia.



Imagen 3 Estética utilizada para la ilustración

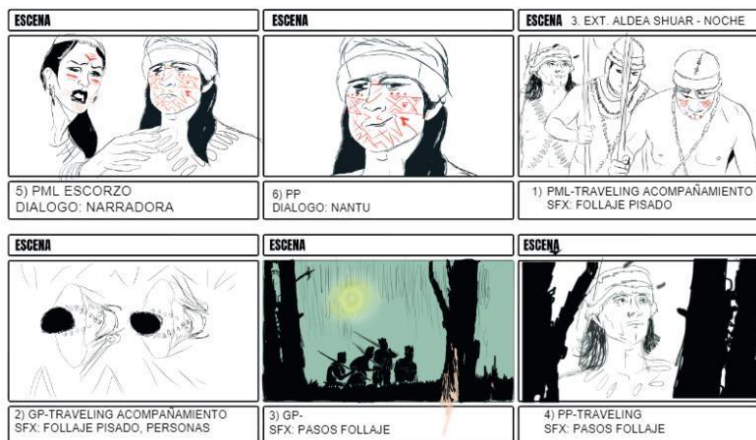


Imagen 4 Storyboard [Elaborado por el autor]

2.1 Enfoque

El enfoque escogido para la recolección de datos de nuestro proyecto es mixto, dado que debemos escoger datos cualitativos sobre la cultura shuar y cuantitativos puesto que al final se debe recolectar información sobre los resultados de nuestro audiovisual.

2.2 Población

Nuestro proyecto va enfocado a jóvenes de 18 a 21 años con estas características.

Perfil- Persona

Perfil demográfico:

Edad: 18-21 años
Estado Civil: Solteros
Hijos: Sin hijos
Educación: Secundaria terminada/ Estudiantes Universitarios
Ocupación: Estudiantes
Nacionalidad: Ecuatoriana



Disfruta y es seguidor de comics y series transmitidas por streaming semanalmente.

Expectativas:

Un servicio que cumpla las expectativas y sea fiel a la cultura, buen diseño y desarrollo de personajes, buena narrativa e historia novedosa.

Perfil geográfico:

Vive en Ecuador, no trabaja, estudia en universidades públicas o privadas, viaja en transporte público o transporte familiar.

Perfil tecnológico:

Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, TikTok
YouTube, Netflix, Prime, Spotify.
Usuario de teléfonos móviles (Android/Apple)

Perfil conductual:

- Nativos digitales
- Usuarios a diario de las redes sociales
- En búsqueda constante de nuevos contenidos interactivos.
- Deciden que ver cuando lo quieren ver.
- Multitareas.
- Preocupaciones sociales y ambientales

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS

El día 12 de agosto se realizó una reunión vía Zoom con nuestro Focus Group para mostrarles las nuevas ilustraciones del cómic y hacerles una entrevista.

Los resultados importantes de nuestra entrevista con el Focus Group fueron que, el 92% lee Cómic o novelas Gráficas y prefieren el Cómic tradicional, sin embargo, un 42% les gustan ambos. Estos resultados los podemos ver graficados en el gráfico 1 y 2.

¿Ha leído alguna vez un comic o novela gráfica?
14 respuestas

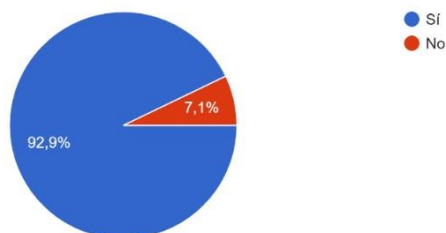


Gráfico 1

¿Al momento de elegir, que prefiere leer comic o manga?
14 respuestas

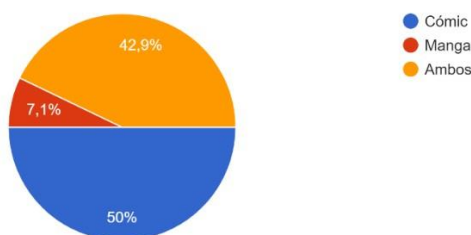


Gráfico 2

Como podemos observar en el gráfico.3, todos prefieren una buena historia, buenos personajes bien desarrollados o una buena narración, mientras que son

indiferentes al género del cómic. Es por esto por lo que valoraron positivamente la creación de los personajes y su iconografía presentada junto con el storyboard.

¿Según su parecer que es lo más relevante en una novela?
14 respuestas

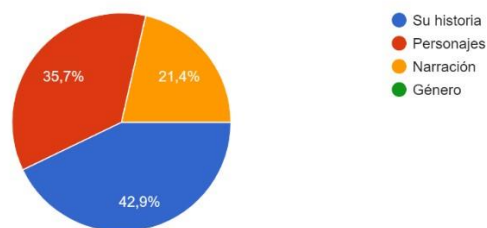


Gráfico 3

La gran mayoría tuvo una acogida positiva de la historia, y el primer acercamiento con los personajes, todos quisieron ver o conocer más a los personajes. De las 14 personas entrevistadas, 4 personas prefieren una estilización de los personajes, pero les gusta la caracterización y simbología dentro de ellas, como un reflejo realista dentro de los personajes y cultura shuar.

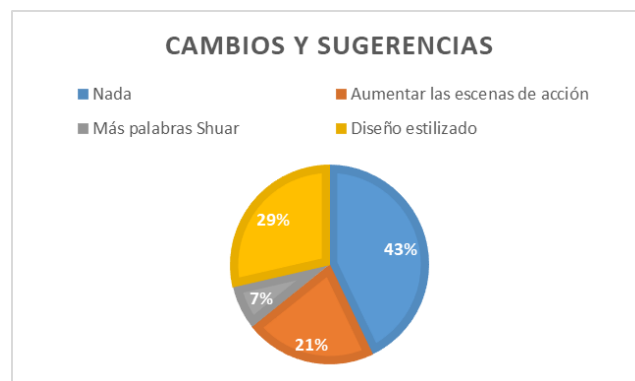


Gráfico 4

¿En la presentación realizada que es lo que más le interesó?
14 respuestas

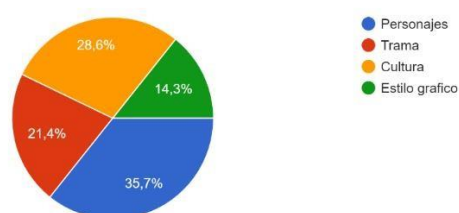


Gráfico 5

El 92% están interesados en ver más producciones ecuatorianas de este estilo y el mismo número prefirió el rediseño al diseño original (Gráfico 6 y 7). A todos les pareció interesante la propuesta y dijeron de manera positiva que compartirían o recomendaría este cómic con sus amistades y conocidos.

¿Quisiera ver más productos ecuatorianos de este estilo en plataformas de streaming?
14 respuestas

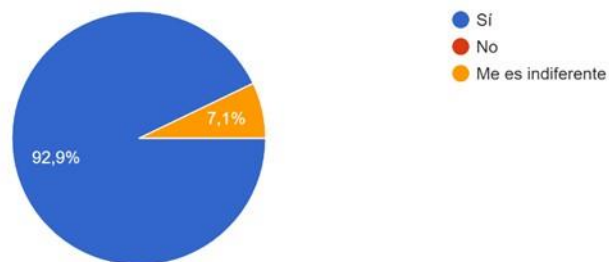


Gráfico 6

¿Qué versión te llama más la atención para seguir la saga de Leyendas?
14 respuestas

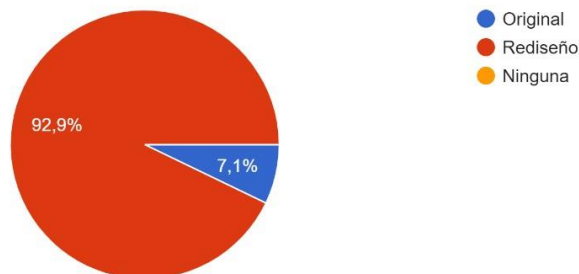


Gráfico 7

El día 18 de agosto se realizó una última reunión con el Focus Group, en la que se le mostró la animación creada y se le realizó otra entrevista. Como podemos observar en los gráficos 9 y 10, a pesar de que la mayoría de los participantes (70%) han leído entre 1 a 2 libros, cómics y/o novelas gráficas en el último año, solo un 10% de ellos han escuchado sobre la saga “Leyendas”.

¿Cuántos libros, cómics o novelas gráficas ha leído en el último año?
10 respuestas

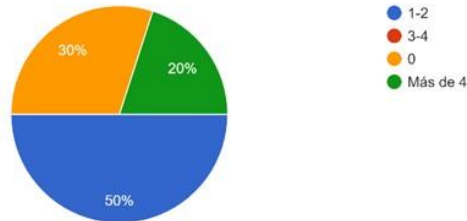


Gráfico 8

¿Ha escuchado de la saga leyendas?
10 respuestas

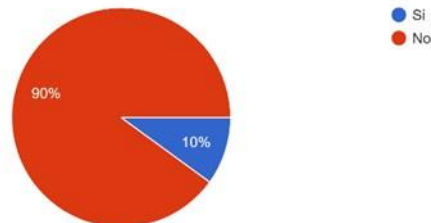


Gráfico 9

El 77,8% de los participantes manifestaron que no han podido leer debido a que no tienen el tiempo necesario para hacerlo (Gráfico 10), y que por este motivo prefieren el formato audiovisual al escrito para entretenerse o para informarse de los acontecimientos diarios (Gráfico 11).

¿Cuál es el principal motivo por el cual no lee o no ha podido leer?
9 respuestas

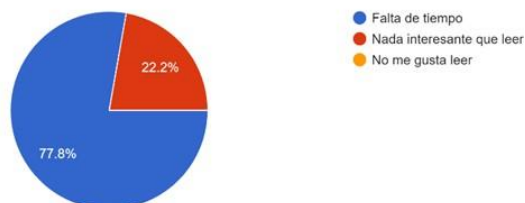


Gráfico 10

Pará entretenerse o informarse. ¿Qué prefiere?
10 responses

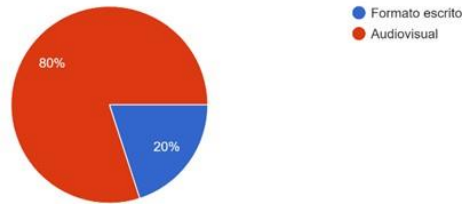


Gráfico 11

Después de mostrarles el audiovisual creado, a la mayoría de nuestro Focus Group le interesa seguir con la saga “Leyenda” en formato audiovisual, debido principalmente al estilo gráfico y a los personajes presentados en la saga, como podemos observar en el gráfico 12 y en el gráfico 13.

¿Le interesaría seguir la sagas leyendas en este formato?
10 responses

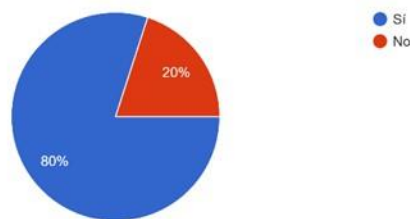


Gráfico 12

¿En la presentación realizada que es lo que más le interesó?
10 responses

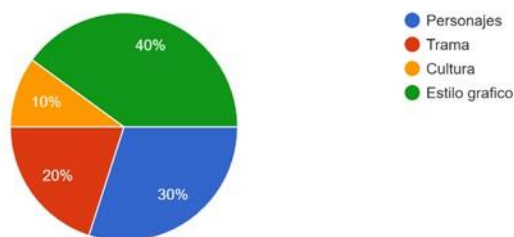


Gráfico 13

Al igual que en la entrevista anterior (el día 12 de agosto) nuestros participantes manifestaron de manera muy positiva que recomendarían el audiovisual a sus familiares y amigos, y que desearían tener más productos que representen a la cultura ecuatoriana de manera real en las diferentes plataformas de streaming.

4. PROPUESTA

La propuesta fue aceptada de manera positiva por el Focus Group, a todos les pareció más llamativo el rediseño de las ilustraciones del cómic (Imagen 5 y 6) y se sintieron más atraídos hacia la parte audiovisual.



Imagen 5 Storyboard "Sapo Kuartam"

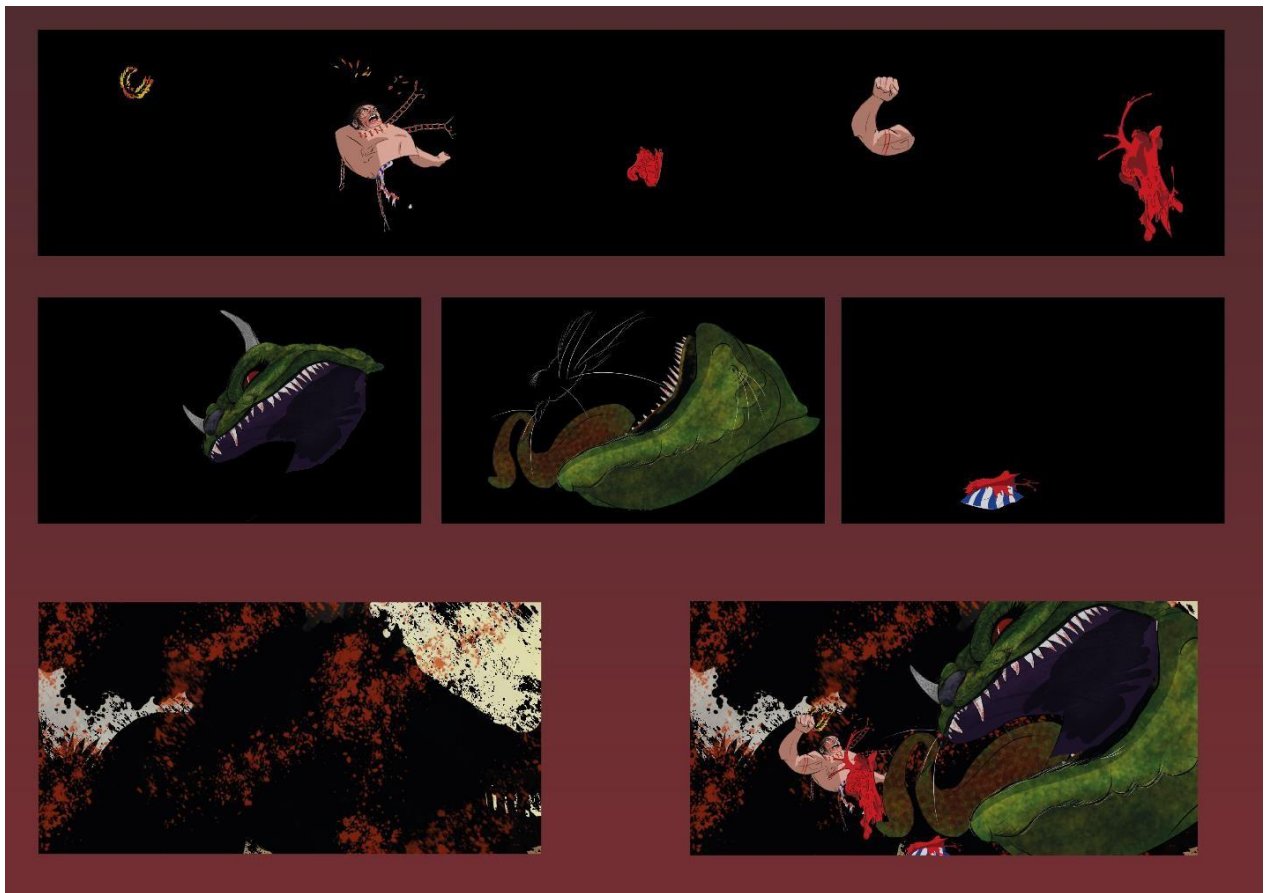


Imagen 6 Storyboard "Sapo Kuartam"

Para que la propuesta sea más exitosa y pueda atraer a más personas interesadas en leer el cómic "Leyendas", debemos de promocionar la parte audiovisual, en redes sociales junto con un link en donde se podrá encontrar el cómic para leerlo de manera virtual, y las direcciones en donde se pueda conseguir el cómic de manera física o con una opción de compra online.

CAPÍTULO 4

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Los jóvenes adultos ecuatorianos prefieren consumir media en formato audiovisual porque no suelen tener el tiempo necesario para sentarse a leer.
- Muchos comenzarán a leer el cómic promocionado gracias a que el audiovisual presentado les llamó mucho la atención, y quieren seguir con la historia de los personajes.
- Es importante tener una buena ilustración, lo más apegada a la realidad, en especial cuando se trabaja con una cultura específica porque de esta forma las personas se sienten más atraídas al producto debido a que lo sienten más realistas.

5.2 Recomendaciones

- Para promover la lectura en el país, se puede hacer un pequeño cortometraje de un cómic o libro, donde se hable un poco de la trama y se presenten los personajes, de esta forma los jóvenes adultos se van a sentir atraídos y van a buscar un tiempo en su día a día para poder sentarse a leer.
- Promocionar el audiovisual en redes sociales, y en diferentes páginas de streaming, para poder llegar a la audiencia deseada y junto con el audiovisual proporcionar un link de acceso al cómic.
- Seguir investigando la cultura Shuar y otras culturas mencionadas en la saga "Leyendas" para poder crear ilustraciones que representen de manera correcta a estas culturas, sin que parezca una falta de respeto o una burla, si no que se logre comunicar la diversidad de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, T., & Vistisen, P. (2020). *What is so super about motion cómics? Exploring the potential of motion cómics about cómic book superheroes and heroes of popular culture* [Ebook]. Researchgate.net. Accedido desde https://www.researchgate.net/publication/342591559_What_is_so_super_about_motion_cómics_Exploring_the_potential_of_motion_cómics_about_cómic_book_superheroes_and_heroes_of_popular_culture
- Bembibre, C., 2010. Definición de Cómic. [en línea] Definición ABC. Disponible en: <<https://www.definicionabc.com/comunicacion/cómic.php>> [Consultado el 14 de junio de 2021].
- Bort, I., 2010. De los créditos a los openings: quiebras y derivas de las partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas del nuevo milenio1. [online] Ae-ic.org. Disponible en: <<http://ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/450.pdf>> [Consultado 4 July 2021].
- Briones Puga, D., 2019. DERECHOS MORALES Y DERECHOS PATRIMONIALES. [online] Derechoecuador.com. Disponible en: <<https://www.derechoecuador.com/derechos-morales-y-derechos-patrimoniales>> [Accedido el 13 junio 2021].
- Camara de Industria de Uruguay, 2011. La industria Gráfica en el Uruguay. [online] Ciu.com.uy. Disponible en: <<http://www.ciu.com.uy/innovaportal/file/14317/1/imprimir13.pdf>> [Accedido el 25 junio 2021].
- Fagúndez, M., & Morales, A. (2001). Influencia de Diferentes Niveles de Especificidad de la Información Retroalimentativa en la Reducción de Posturas Corporales Inconvenientes Durante el Uso de la Computadora [Ebook]. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Retrieved from <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAP2058.pdf>
- INSTITUTO AUTOR, 2020. QUE SON LOS DERECHOS CONEXOS. [online] Institutoautor.org. Disponible en: <<http://www.institutoautor.org/es-ES/SitePages/corp-ayudaP2.aspx?i=383>> [Accedido el 15 junio 2021].
- Jiménez Arriagada, V., Bañales-Faz, G., Lobos-Sepúlveda, M., Jiménez Arriagada, V., Bañales-Faz, G. and Lobos-Sepúlveda, M., 2020. Investigaciones del cómic en el área de la didáctica de la lengua y la literatura en Hispanoamérica. [online] Scielo.org.mx. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662020000200375#B12> [Accedido en 25 junio 2021].

- Katz, A., Western University, & Psynopsis Canada's Psychology Magazine. (2017). Allan Urho Paivio (1925-2016) [Ebook]. Western University Department of Psychology. Accedido desde <https://www.psychology.uwo.ca/people/faculty/remembrance/paivio-psynopsiswinter2017.pdf>
- Liu, J. and Universidad de Arizona, 2004. Efectos de las tiras cómicas en la comprensión lectora de los alumnos de L2. [online] Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/3588379?origin=crossref>> Accedido el 25 junio 2021].
- Manno, M., & 2U. (2014). Cómics in the Classroom: Why Cómics? - Blog. Accedido el 12 junio 2021, desde <https://teach.com/blog/why-cómics/>
- Mayer, RE, Moreno, R. La animación como ayuda al aprendizaje multimedia. Revista de psicología educativa 14, 87–99 (2002). Disponible en <https://doi.org/10.1023/A:1013184611077> accedido el 26 de junio de 2021
- Olaya Rojas, J. (2019). ESTUDIO Y PARAMETRIZACIÓN DE LAS FORTALEZAS DEL MOTION CÓMIC COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN E INCREMENTO DEL CONSUMO DEL CÓMIC CLÁSICO EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ANIMACIÓN DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL [Ebook]. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Accedido desde <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12555/1/T-UCSG-PRE-ART-IPM-162.pdf>
- Oxford Cambridge and RSA. (2016). Cambridge TECHNICALS LEVEL 3: DIGITAL MEDIA. Unit 9 – Cómics and graphic novel storytelling.
- Peralta Martínez, Claudina (2009). Etnografía y métodos etnográficos. Análisis. Revista Colombiana de Humanidades, (74),33-52.[fecha de Consulta 6 de agosto de 2021]. ISSN: 0120-8454. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551760003>
- Reading With Pictures. (2021). JOSH ELDER: Cómics Ambassador. Accedido el 12 junio 2021, desde <https://www.readingwithpictures.org/2012/02/bio-josh-elder/>
- SENADI, 2021. Servicio Nacional de Derechos Intelectuales | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>. Disponible en: <<https://www.gob.ec/senadi>> [Accedido el 13 June 2021].
- Turpo Gebera, Osbaldo Washington (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. EDUCAR, 42(),81-93.[fecha de Consulta 6 de agosto de 2021]. ISSN: 0211-819X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342130831006>

- VIÑAS, M., 2012. La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia. [online] Disponible en:<<https://www.totemguard.com/aulatotem/2012/05/la-animacion-como-ayuda-en-el-aprendizaje-multimedia/>> Accedido el 26 June 2021].
- WEB SOLUTIONS LLC, & Psychology Encyclopedia. (2021). Behaviorism. Retrieved 14 June 2021, from <https://psychology.jrank.org/pages/72/Behaviorism.html>
- Zabala, J., 2014. Historia del cómic ecuatoriano. [online] El Telégrafo. Disponible en: <<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton/1/historia-del-cómic-ecuatoriano>> [Accedido el 14 junio 2021].
- Medina, C. (2019). Why Are Manga Outselling Superhero Comics? Retrieved 5 July 2021, from <https://www.rutgers.edu/news/why-are-manga-outselling-superhero-comics>
- Tobar, C. (2019). Retrieved 18 August 2021, from https://www.usfq.edu.ec/sites/default/files/2020-07/pea_032_0023.pdf

ANEXO 1

Formulario para la entrevista del Focus Group, 12 de agosto



Leyendas del Oriente "Sapo Kuartam"

Proyecto Integrador FADCOM

¿Ha leído alguna vez un comic o novela gráfica? *

- Sí
- No

¿Al momento de elegir, que prefiere leer comic o manga? *

- Cómic
- Manga
- Ambos

¿Según su parecer que es lo más relevante en una novela? *

- Su historia
- Personajes
- Narración
- Género

¿Al momento de elegir, que prefiere leer comic o manga? *

- Cómic
- Manga
- Ambos

¿Según su parecer que es lo más relevante en una novela? *

- Su historia
- Personajes
- Narración
- Género

¿En la presentación realizada que es lo que más le interesó? *

- Personajes
- Trama
- Cultura
- Estilo grafico

¿En la presentación realizada que cambios sugiere? *

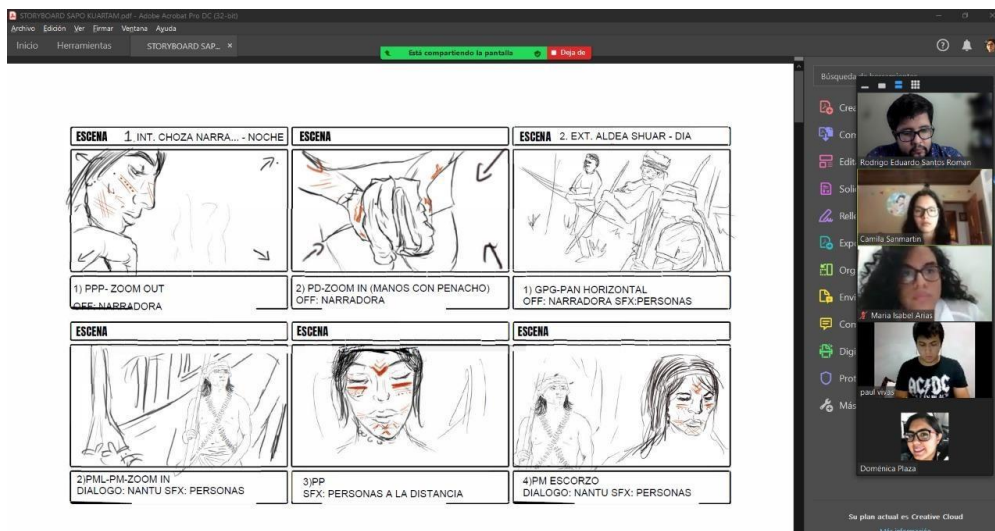
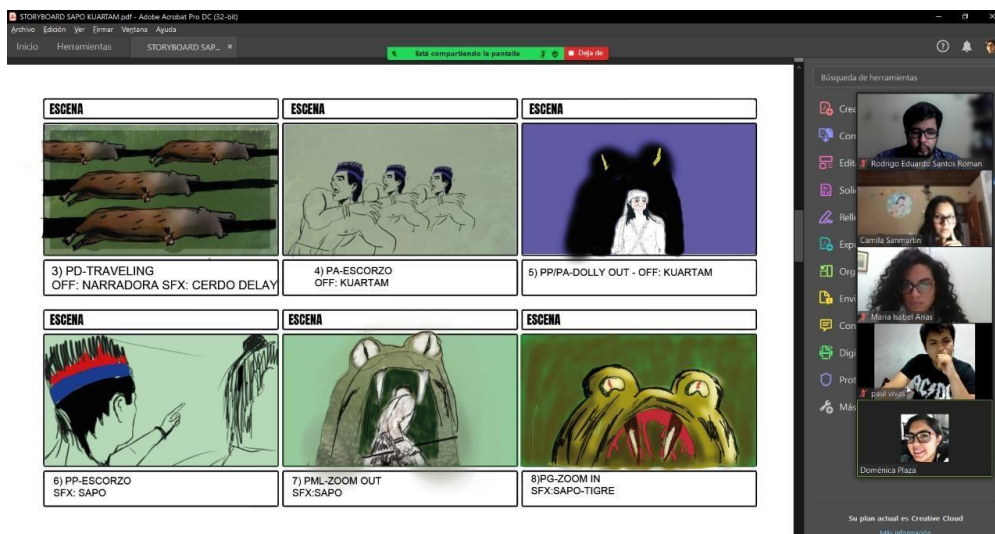
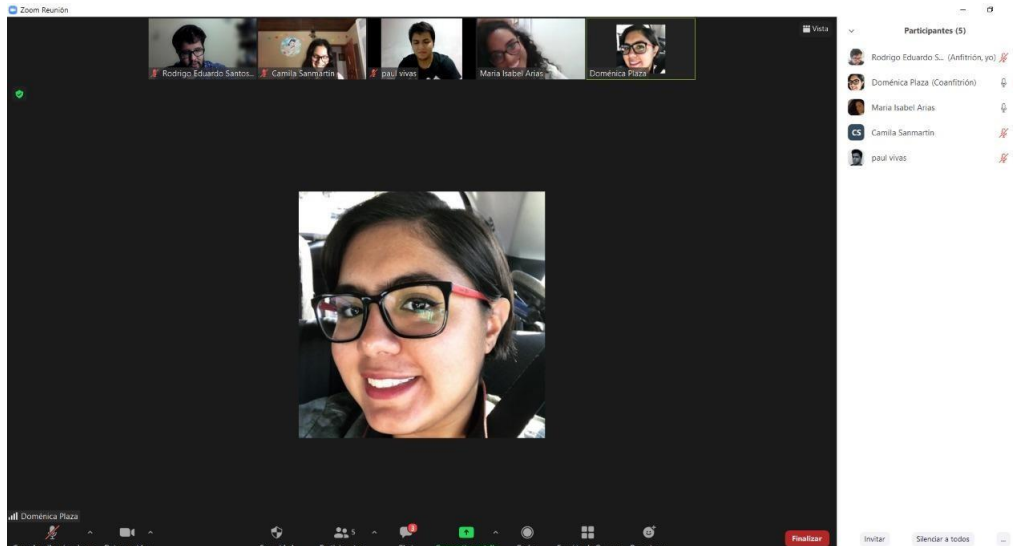
Texto de respuesta larga

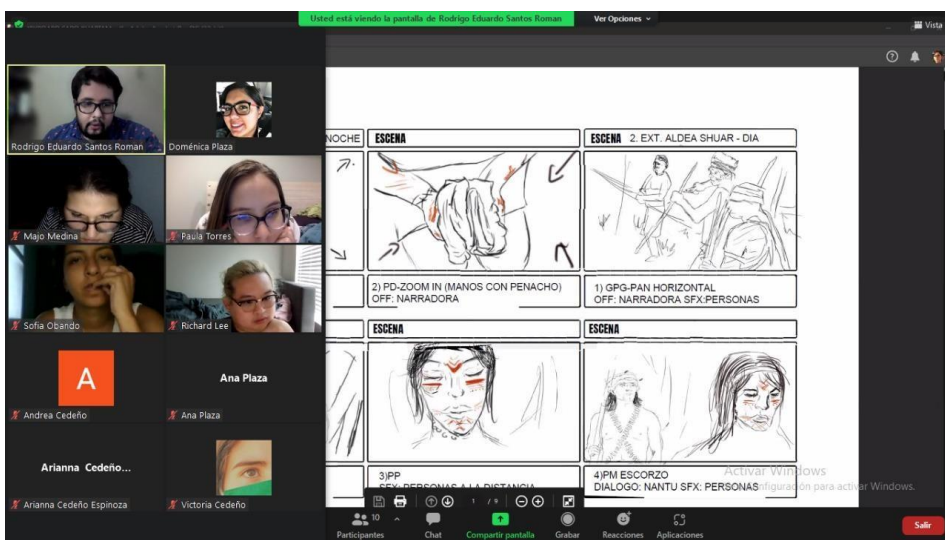
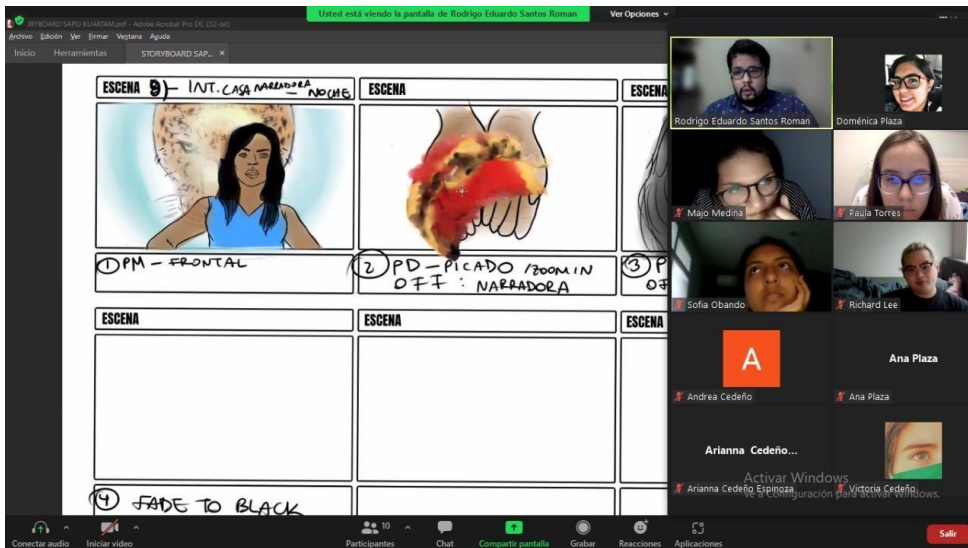
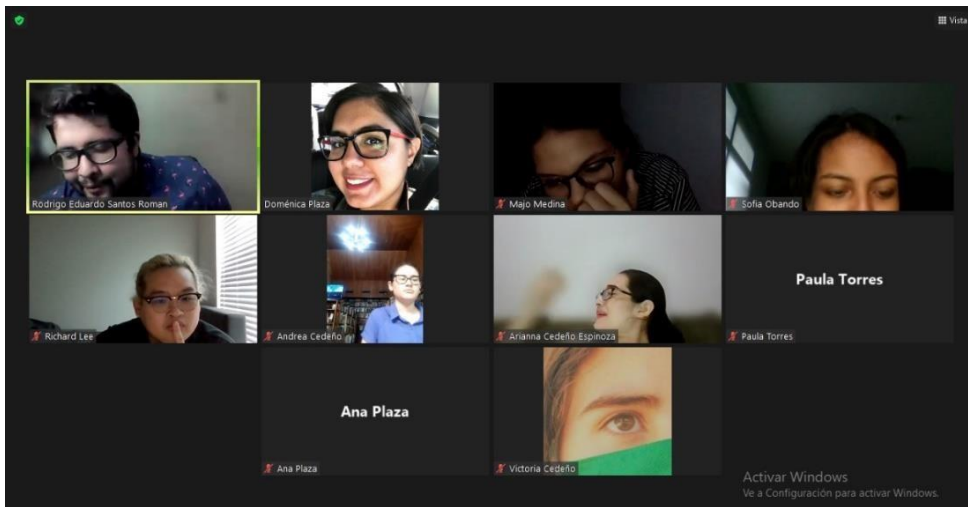
¿Del 1 al 10 que tan interesante le parece la historia presentada?

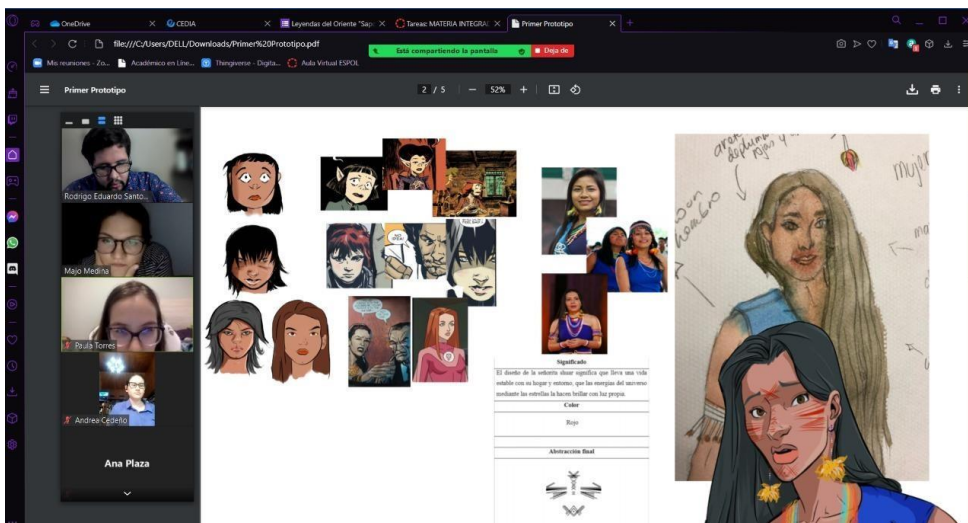
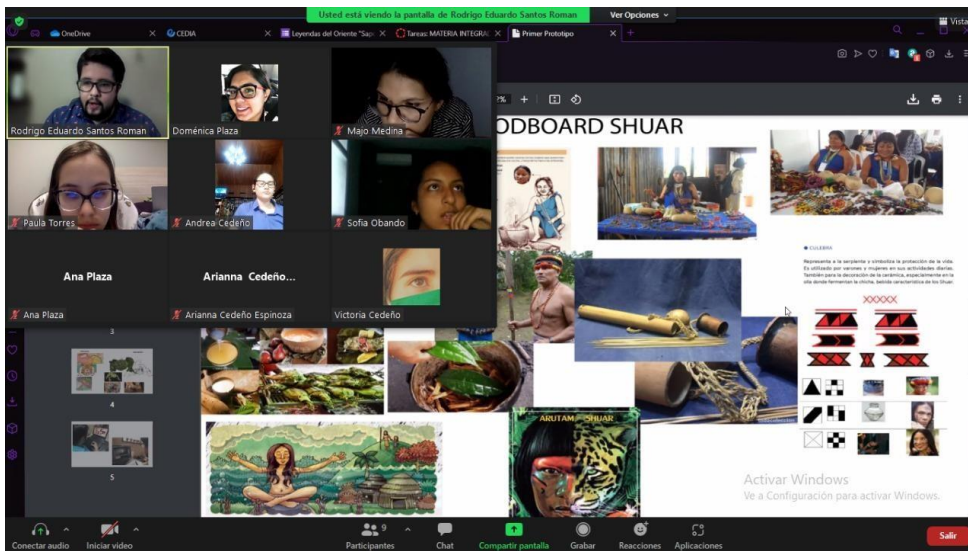
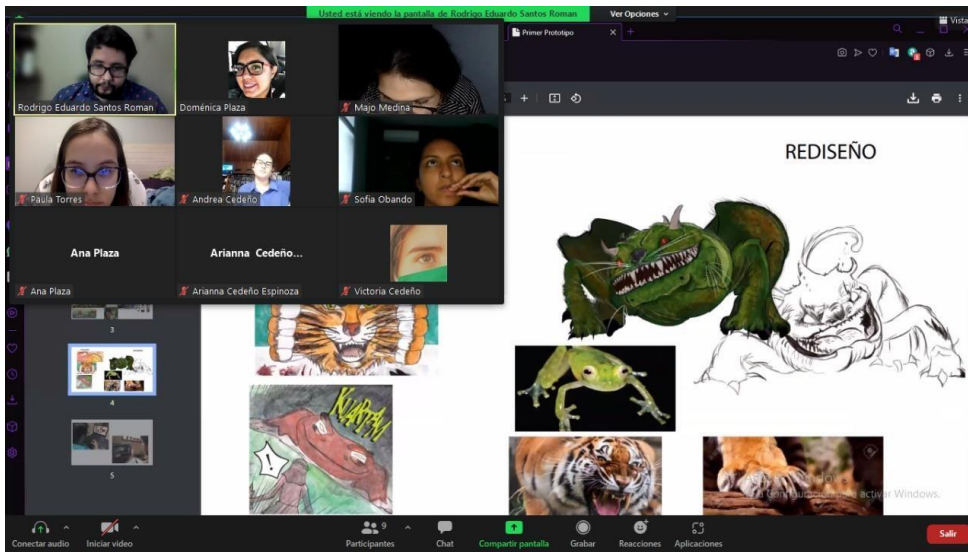
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

ANEXO 2

Evidencias de reunión y entrevista con el Focus Group, 12 de agosto








ANEXO 3

Formulario para la entrevista del Focus Group, 18 de agosto



Leyendas del Oriente

Grupo Focal del proyecto de titulación de grado de las carreras Diseño Gráfico y Producción para Medios de Comunicación. Leyendas del Oriente: El Sapo Kuartem y el Pequeño Delfín, basado en la serie de cómics: "Leyendas" del artista ecuatoriano Mauricio Gil.

¿Ha escuchado de la saga leyendas? *

Sí

No

¿Cuántos libros, cómics o novelas gráficas ha leído en el último año? *

1-2

3-4

0

Más de 4

¿Cuál es el principal motivo por el cual no lee o no ha podido leer?

Falta de tiempo

Nada interesante que leer

No me gusta leer

¿Qué género de cómic o novela gráfica es de su preferencia? *

- Comedia
- Drama
- Acción
- Aventura
- Noir
- Romance

Para entretenerse o informarse. ¿Qué prefiere? *

- Formato escrito
- Audiovisual

¿Le interesaría seguir la saga leyendas en este formato? *

- Sí
- No

¿Del 1 al 10 que probabilidad hay que recomiende ver el audiovisual a algún amigo? *

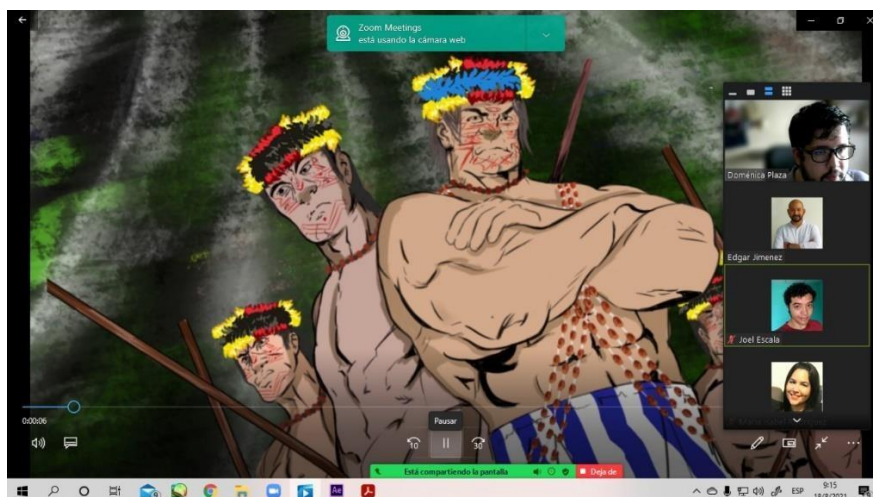
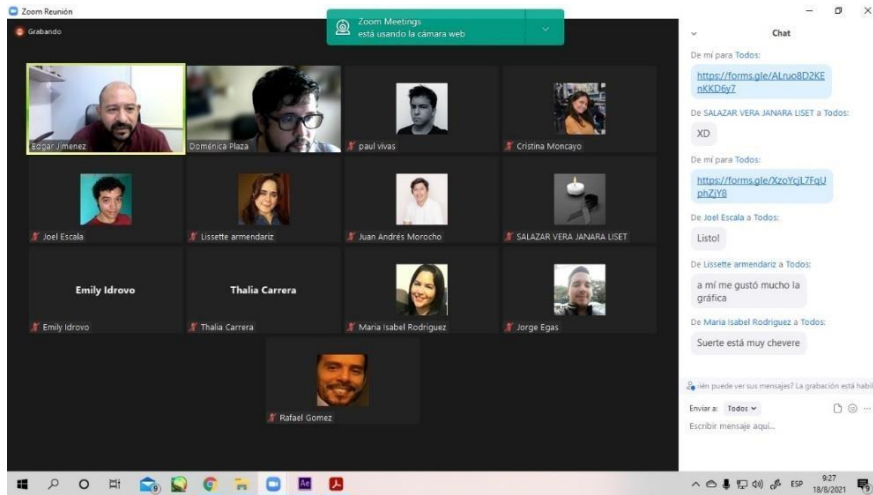
- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Quisiera ver más productos ecuatorianos de este estilo en plataformas de streaming? *

- Sí
- No

ANEXO 4

Evidencias de reunión y entrevista con el Focus Group, 18 de agosto



ANEXO 5

SCRIPT "Sapo Kuartam"

Escena 1 INT. CHOZA DE NARRADORA - NOCHE					
Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
1	PPP-PP	ZOOM OUT/NORMAL	Se observa a la narradora (30 años) con mirada triste iluminada por una fogata.	VOZ EN OFF: NARRADORA: Todo empezó en lo más profundo de la selva... SFX: FOGATA Y LLUVIA	3 SEG
2	PD	ZOOM IN/PICADO	En las manos de ella, el penacho y una rasgadura de la prenda de su marido.	VOZ EN OFF: NARRADORA: Mi hogar. SFX: FOGATA Y LLUVIA	1 SEG

Escena 2 EXT. ALDEA SHUAR - DÍA					
Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
1	PML	PAN VERTICAL/CONTRAPICADO	Se ve a los hombres Shuar preparándose para la caza.	VOZ EN OFF: NARRADORA: Los hombres Shuar salieron a cazar guatusas. SFX: Sonido de varias personas a la distancia.	2 SEG
2	PML-PM	ZOOM IN/NORMAL	Se ve a NANTU preparándose solo. (20 años).	NANTU: Hoy será un gran día de caza. SFX: Sonido de varias personas a la distancia.	2 SEG
3	PP	NORMAL	La narradora lo observa y no parece convencida.	SFX: Sonido de varias personas a la distancia.	1 SEG
4	PM ESCORZO	NORMAL	Héctor y la narradora hablan.	NANTU: Ya verás mujer, tendremos muchas guatusas para comer.	3 SEG

				SFX: Sonido de varias personas a la distancia.	
--	--	--	--	--	--

Escena 4 EXT. Selva - Madrugada

Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
1	PD	TRAVELING ACOMPAÑAMIENTO/ ESCORZO	Se observa a los cazadores cargando unos animales en un palo.	VOZ EN OFF: NARRADORA: Los cazadores ya estaban de regreso...	2 SEG
2	PD	NORMAL	Se observa los animales cazados por los Shuar.	SFX: Pasos de una persona en el follaje. Cerdo chillando (eco/delay) VOZ EN OFF: NARRADORA: cuando escucharon... Silencio total.	4 SEG
3	PA	LATERAL/ESCORZO	Se ven a los cazadores girar la cabeza asustados en dirección de donde se produjo el sonido.	VOZ EN OFF: KUARTAN: ¡KUARTAN, KUARTAN! FX: Silencio	3 SEG
4	PP/PA	DOLLY OUT	Se observa el rostro de Nantu y a KUARTAM a sus espaldas. (SE VE A KUARTAN EN SOMBRAS)	VOZ EN OFF: KUARTAN: ¡KUARTAM, KUARTAM!	4 SEG
5	PM	LATERAL/ ESCORZO	Los cazadores señalaban con terror algo detrás de Nantu.	FX: Sonidos guturales como de un sapo.	2 SEG
6	PML	Trasero/ zoom out/contrapicado	Él se dio vuelta y quedó paralizado cuando quedó con el sapo cara a cara.	FX: Sonidos guturales de un sapo.	3 SEG

Escena 8 EXT. ALREDEDORES DE ALDEA - Anocheciendo

Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
4		FADE TO BLACK		FX sonido truenos	

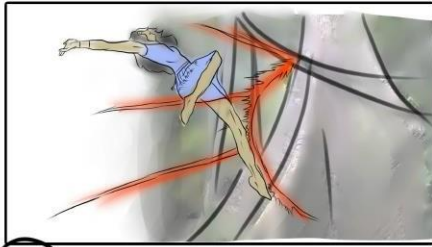
4	GPG	LATERAL	Llena de furia, la mujer se lanza contra el árbol con la intención de tumbarlo.	FX sonido de lluvia y truenos	5 SEG
5	PP	LATERAL	La narradora empuja el árbol se ve la cara de ella esforzándose	FX: Sonido de lluvia y truenos/ golpe contra madera.	3 SEG
6	GPG	LATERAL	Se ve el árbol caer y el sapo caer debajo del árbol.	FX: croar del sapo	3 SEG
7	PG	TRASERO/Escorzo	Se ve a la narradora acercarse al sapo (mitad convertido en tigre) con una lanza	Fui yo quien mató al sapo Kuartam. FX: RUGIR Y CROAR DEL SAPO/ SONIDO DE ALGO FILOSO	3SEG .
8	GPG	TRASERO	se ve a la narradora clavando la lanza al sapo	FX: SONIDO DE ALGO FILOSO	4SEG .
9		Fade to black			2 SE G.

ANEXO 6

STORYBOARDS "Sapo Kuartam"

ESCENA 1 INT. CHOZA NARRA... - NOCHE	ESCENA	ESCENA 2 EXT. ALDEA SHUAR - DIA
1) PPP- ZOOM OUT OFF: NARRADORA	2) PD-ZOOM IN (MANOS CON PENACHO) OFF: NARRADORA	1) GPG-PAN HORIZONTAL OFF: NARRADORA SFX: PERSONAS
ESCENA	ESCENA	ESCENA
2) PML-PM-ZOOM IN DIALOGO: NANTU SFX: PERSONAS	3) PP SFX: PERSONAS A LA DISTANCIA	4) PM ESCORZO DIALOGO: NANTU SFX: PERSONAS
ESCENA	ESCENA	ESCENA
3) PD-TRAVELING OFF: NARRADORA SFX: CERDO DELAY	4) PA-ESCORZO OFF: KUARTAM	5) PP/PA-DOLLY OUT - OFF: KUARTAM
ESCENA	ESCENA	ESCENA
6) PP-ESCORZO SFX: SAPO	7) PML-ZOOM OUT SFX: SAPO	8) PG-ZOOM IN SFX: SAPO-TIGRE

ESCENA



4 GP6 - LATERAL
STX: LUVIA

ESCENA



5 PP - LATERAL
STX: LUVIA

ESCENA



6 GP6 - LATERAL
STX: CROAR

ESCENA



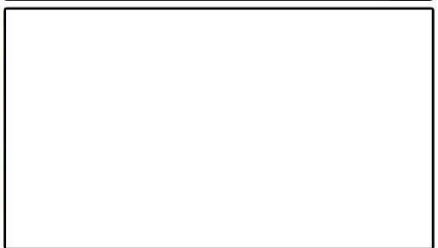
7 PG - TRASERO/
ESCORZO

ESCENA



8 GP6 - TRASERO

ESCENA



9 FADE TO BLACK

ANEXO 7

SCRIPT "Pequeño Delfín"

Escena 1 EXT. ASENTAMIENTO INDÍGENA- DIA					
Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
1	PG	PANEO/NORMAL	Observamos un carro llegar al asentamiento y detenerse.	SFX: carro llegando y apagándose VOZ EN OFF: CARLOS: El oriente ecuatoriano...	3 SEG
2	PD	NORMAL	Se observa cómo se abre la puerta del carro y se baja un turista.	SFX: PUERTA DEL CARRO Y PIES EN LA TIERRA. VOZ EN OFF: CARLOS: ...está lleno de historias y sorpresas...	3 SEG
3	PM	ZOOM IN/CONTRAPICADO	Se ve al turista que trae puesto un sombrero de paja toquilla.	SFX: PIES EN LA TIERRA	2 SEG
4	PA	ZOOM IN/NORMAL	Un hombre se le acerca.	MANCHU: Bienvenido estimado caballero a nuestra Fiesta de Aniversario de nuestra comunidad.	4 SEG
5	PP	NORMAL	Carlos le saluda y sonríe.	¡Gracias!	2 SEG
6	PPP	NORMAL	Manchu habla.	MANCHU: Pero antes... ¿Puede el caballero sacarse su sombrero por un momento?	4 SEG

Escena 3 EXT. NOCHE - RÍO NAPO					
Plano	Encuadre	Movimiento/Dirección cámara	Acción	Sonido	Duración
7	PD	ZOOM IN/NORMAL	El guerrero continúa hablando. Se enfoca en sus manos en su pecho, gesto que hace mientras habla.	GUERRERO: Gracias a mi talento y esfuerzo, la comunidad come hoy.	
8	PM	PAN RIGHT/NORMAL	El guerrero termina de hablar, y señala al río con el pulgar.	GUERRERO: Ahora si me disculpas, voy a disfrutar del agua fresca del río.	

9	PG	ACOMPANAMIENTO/NORMAL	El guerrero se adentra en el río, y luego se zambulle de cuerpo entero.	SFX: agua, splash de zambullido.
10	PM	PAN UP/NORMAL	Al salir el guerrero, y sacar su cabeza del agua, vuelve a ver al hombre con el que hablaba en la orilla.	SFX: agua.
11	PPP	ZOOM IN/CONTRAPICADO	A Tsunki le brillaban los ojos un color celeste intenso, luego fue desapareciendo.	SFX: Sonido de tensión misterio.
12	PG	DOLLY IN/PICADO	Empezó a llover, y el agua del río empezó a tornarse de un celeste intenso cuando Tsunki habló. El guerrero intentó escapar, pero se crearon olas que lo envolvieron hasta formar un pequeño remolino que lo traga.	TSUNKI: Te has excedido esta vez, fuerte guerrero. No tendrás otra oportunidad.
13	PD	ZOOM IN/PICADO	Finalmente, las aguas se calman (se desvanece el remolino) y se puede observar un	MANCHU (EN OFF): El dios TSUNKI lo castigó... ...convirtiéndolo en
14	PG	NORMAL	delfín rosado nadando en el río.	delfín, porque el guerrero era muy orgulloso. MANCHU (EN OFF):
15	PD	ZOOM IN/NORMAL	Se ve la cabeza del delfín, enfocándose en su ojo.	Este delfin todavía ronda, pero no solo se la pasa metido en el agua.

ANEXO 8

STORYBOARDS "Pequeño Delfín"

ESCENA 1 Ext. Asentamiento Indígena - DIA	ESCENA	ESCENA
		
① PG - PANEO / NORMAL - CARRO SE DETIENE SFX: CARRO VOZ EN OFF: CARLOS	② PD - NORMAL - TURISTA SE BAJA SFX: PUERTA DEL CARRO, PIES TIERRA VOZ EN OFF: CARLOS	③ ZOOM IN - CONTRAPICADO - TURISTA SFX: PIES EN LA TIERRA
ESCENA	ESCENA	ESCENA
		
④ PA - ZOOM IN - NORMAL DIALOGO: MANCHU	⑤ PP - NORMAL DIALOGO: CARLOS	⑥ PPP - NORMAL DIALOGO: MANCHU

ESCENA	ESCENA	ESCENA
		
⑦ PD - ZOOM IN (MANOS) DIALOGO: GUERRERO	⑧ PM - PAN RIGHT DIALOGO: GUERRERO	⑨ PG - ACOMPANAMIENTO SFX: AGUA

ESCENA	ESCENA	ESCENA
		
⑩ PM - PAN UP SFX: AGUA	⑪ PPP - ZOOM IN SFX: TENSION / MISTERIO	⑫ PG: POLLY IN DIALOGO: TSUNKI

ESCENA	ESCENA	ESCENA
		
<p>13 PD - ZOOM IN OFF: MANCHU</p>	<p>14 PC - delfin rosado OFF: MANCHU</p>	<p>15 PD - ZOOM IN (OJO) OFF: MANCHU</p>
ESCENA	ESCENA	ESCENA
		
<p>16 FADE OUT OFF: MANCHU</p>		