

872721

Universidad Don Vasco A.C.

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

escuela de
diseño y
comunicación
visual

**Campaña de concientización
de reciclaje de papel
en Uruapan, Michoacán**

TESIS PROFESIONAL QUE, PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL, PRESENTA:

RAFAEL NARANJO ANDRADE

Uruapan, Michoacán. Febrero 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser esa energía que me proporciona los momentos que me permiten ser lo que soy hoy... una persona muy feliz, ya que conspiramos en secreto para lograrlo.

A mí, porque no tengo mejor amigo en la vida que yo mismo... porque me acepto con mis virtudes y defectos.

A mis papás, por ser ellos la luz que Dios me regaló cuando nací, y quienes alumbran mi vida en todo momento.

A mis hermanos, por ser parte importante de mi vida, por saber comprender en el silencio y por quererme simplemente por ser su hermano mayor:

Ches, gracias por ser el compañero de toda mi vida con el cual sé que cuento, aún sin que me lo digas.

Rica, creo que gracias a ti me esforcé por

terminar mi carrera, pues tu molesto reproche de no terminar a tiempo, me ha hecho querer lograrlo.

Rubí, mi corazón hecho niña... gracias por hacerme sentir con ganas de vivir, porque me dan ganas de luchar para que tengas un hermoso futuro.

Los amo.

A mi familia Andrade Torres, porque cada uno es diferente y especial, aportando mucho a mi vida. Especialmente a mi Abuelita Locha, por ser mi segunda madre y amarnos como sólo ella puede hacerlo.

A mi familia Naranjo Reynoso, porque ellos me han demostrado que se puede sobrevivir ante cualquier adversidad.

Abuelita Cuca: gracias por hacer que me sienta especial.

A mis amigos, por ofrecer aquello que no se compra... una amistad. En especial a esa hada que es mi cómplice y protectora en toda ocasión: mi Nalle.

A Roberto, Marcelino, Noemíla, Neyda, Marcia, Gaby, Víctor, Alexandra, Javier, Aviani, Karra, Claus, Marcos, Henry boy, Nereydax, Liz, Tobona (Nelly), Matrix, Carla, Ofe, Lucy, Uriel, Benja, Eri, Capu, Luis Felipe, Itzia, Blanca, Lucha, Rocío, Ale Parra y Debbie.

A todos aquellos que aportaron algo para la realización de esta tesis: Marco, Liz, Claudia B. Cerna, Ing. Wilfrido Cortés y mi gran amiga Vivis.

A mis maestros; a aquellos maestros que siempre tuvieron el interés de que aprendiera; gracias a ellos, hoy puedo decir que tengo lo indispensable para ser un buen diseñador.

Gracias Itza, Gloria, Sergio, Dennise, Beto, Fer, Luis Gonzalo, Cheli, Kenneth,

Cristina Cruz Terrazas, Javier Gutiérrez, Pedro, Alex Carrillo, Alex Madrigal, Mayte, Mine, Rosina, Yuri y Chaz. En especial a mi amigo Arturo Ávila Val.

A Mine, mi asesora de tesis; pues además de ser mi amiga, maestra, cómplice y confidente, se animó a guiarme en el proceso de esta tesis.

A esa persona que fue el motivo de inspiración en la realización de esta tesis.

A las personas que quieren hacer de su mundo un lugar mejor para estar.

Dedico todo el esfuerzo utilizado en esta tesis a esa persona que me ha enseñado que la vida se hizo para triunfadores.

A esa persona que, durante toda la carrera, me dio lo necesario para poder desempeñar mis actividades satisfactoriamente.

A la luz que me alimenta el espíritu con sabiduría, honradez, lealtad, entusiasmo, coraje, tolerancia, competitividad pero, sobre todo, con AMOR...

...má

ÍNDICE

11

Introducción

15

CAPÍTULO UNO El reciclaje

Definición

Historia

Situación Actual

Internacional

Nacional

Estatad

Local

29

CAPÍTULO DOS Importancia del reciclaje

Aspectos ecológicos

Aspectos económicos

Aspectos sociales

Aspectos fisiológicos

Aspectos culturales

Aspectos políticos

37

CAPÍTULO TRES Procesos de reciclaje

Reciclaje industrial

De plástico

De vidrio

De metal

De Tetra Brick

Reciclaje doméstico

Recolección selectiva

Compostaje

Papel hecho a mano

El reciclaje como arte

53

CAPÍTULO CUATRO El reciclaje en Uruapan

Antecedentes

Situación socioeconómica

Situación sociocultural

Problemas para reciclar

Papel del H. Ayuntamiento

Industrial Papelera Mexicana S.A. de CV.

61

CAPÍTULO CINCO **El diseño publicitario**

Definición de diseño y Com. visual

Campañas

Definición

Tipos

La campaña de concientización

Desarrollo de una campaña

Planificación

Establecimiento de metas y objetivos

Creación de estrategias publicitarias

Lanzamiento

Evaluación

Objetivos y aplicación de diseño en medios

El cartel

La postal

El folleto

El anuncio espectacular

La televisión

El jingle

La publicidad móvil

Los objetos utilitarios

Estrategia de medios

Evaluación

Contenedores para el papel

Presupuesto

167

Conclusiones

171

Bibliografía

175

Créditos de imágenes

85

Propuesta

Brief

Posibles propuestas

Logosímbolo para el programa de reciclaje

Imagen de la campaña

Campaña de concientización en Uruapan

Mensaje

Slogan

Elementos de apoyo

Mascota

Selección de medios



Introducción

INTRODUCCIÓN

La sociedad uruapense no recicla; esto ha provocado la acumulación de residuos sólidos dentro de la ciudad. Varias son las estrategias que se trata de implementar para combatir su proliferación. Sin embargo, todo esfuerzo se realiza en vano por la poca o nula cultura ecológica que prevalece en la sociedad uruapense.

Dar una solución a esta situación problemática implica la investigación de antecedentes del problema y saber qué es lo que se ha hecho para resolverlo.

Se necesita conocer la situación en la que se encuentra el problema, sus causas y cómo se desarrolla en la ciudad de Uruapan.

Una vez detectados los factores que intervienen en el problema, se profundizará en el tema del reciclaje del papel, buscando resolver incógnitas como qué tipo de papel se puede reciclar, cómo se debe entregar el papel para que sea reciclado y qué ventajas tiene el reciclar, entre otras. Preguntas que nos guiarán hacia una estrategia para lograr incluir a la sociedad uruapense en el proceso del reciclaje de papel, en conjunto con Industrial Papelera Mexicana S.A. de C.V. (sucursal de COPAMEX en Uruapan) por ser ésta la única empresa que elabora papel en Uruapan.

Después, se procederá a buscar las posibles herramientas de diseño y la comunicación visual que nos ayuden a concientizar a la comunidad acerca de la situación existente. De las opciones que se encuentren se elegirá la más viable para la población uruapense, tomando en cuenta factores como la cultura y el fi-

nanciamiento. Al término de esta actividad, se dará una propuesta de diseño cuya finalidad sea la de resolver el problema mencionado, mediante un mecanismo gráfico viable para la ciudad de Uruapan.

Por último, conclusiones, las cuales deberán contener la respuesta a la pregunta ¿qué se puede hacer gráficamente para dar una solución al problema del reciclaje de papel en Uruapan?



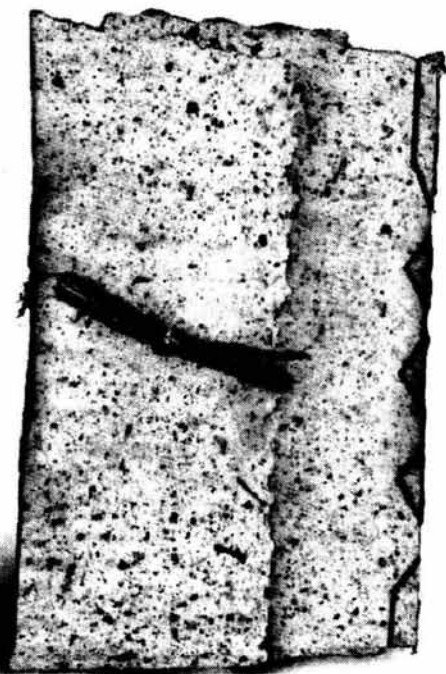
Capítulo uno

¿Qué es el RECICLAJE?

Definición

Reciclar es la actividad de separar o extraer materiales de los desechos, acondicionarlos para que puedan sustituir a la materia prima virgen y reintroducirlos en el sistema de producción, para así transformarse en nuevos productos de utilidad para el ser humano y generar beneficios ecológicos y económicos. Se llama residuo o desecho a todo material que aún puede ser reutilizado o procesado para seguir siendo útil. A diferencia de los residuos, la basura ya no puede ser reutilizada ni es útil, pues está compuesta por una mezcla de residuos que provoca que éstos se contaminen unos con otros.

La basura tiene su origen prácticamente desde la aparición del plástico, y desde entonces el hombre ve la necesidad de combatirla.



1. El material reciclado puede llegar a tener un buen acabado; ello depende del fin.

Historia

En la Edad Media, surge un grupo de alquimistas que busca la piedra filosofal para convertir los metales bastos en plata y oro, o el “elixir de la vida” que garantiza la eterna juventud del hombre, pero sólo logra el descubrimiento de nuevos materiales.

Una de tales materias es el plástico, el cual contribuye a cambios importantes en el mundo, pues llega a sustituir a la madera, el papel, el vidrio y diferentes metales; incluso compite con la cerámica. Su aparición conlleva el problema de la basura plástica. La primera solución para combatirla es su confinamiento en lugares apartados de los centros urbanos, y después su quemado. Sin embargo, el crecimiento demográfico genera tales cantidades que es imposible continuar con este método; por otro

lado, la baja densidad de la basura plástica ocasiona que ésta ocupe grandes espacios sin que su masa sea considerable. Esto, en conjunto con la industrialización, producción y venta de toda clase de productos (la mayoría de las veces innecesarios) trae como consecuencia la basura y la contaminación del medio ambiente.



2. El plástico es la causa principal de la generación de la basura en las ciudades.

¿Qué es el reciclaje?

En los últimos años se ha visto que las materias primas no son inagotables; a principios de los años setenta del siglo pasado se realiza los primeros procesos formales de reciclaje, debido al gran uso del plástico para empaque, aunado a un incremento en los productos petroquímicos. Esto obliga a los industriales a realizar investigaciones y a desarrollar tecnología para reciclar y recuperar su inversión.

Muchos desarrollos no salen del laboratorio; algunos que sí son patentados y comercializados son los procesos de pirólisis de Union Carbide, Mitsubishi y Mitsui, en los que el objetivo es aprovechar el poder calorífico de los materiales plásticos.

Con el tiempo se observa que quemar los materiales plásticos resulta en otro tipo de desperdicio de la inversión hecha en la extracción y procesa-



3. El avance tecnológico ha permitido buscar nuevas alternativas para el reciclaje.

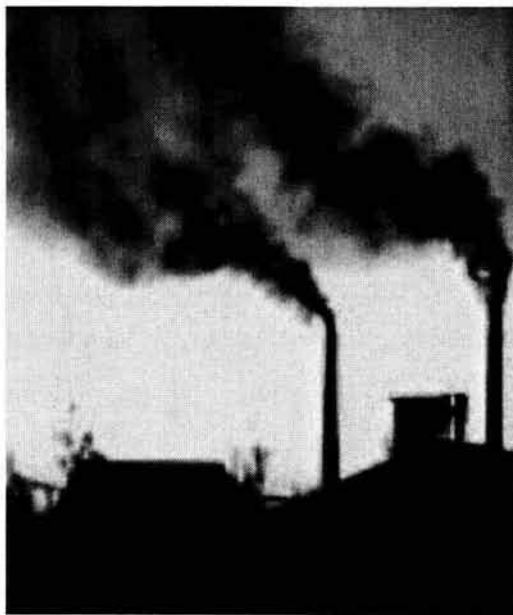
miento de la materia; entonces se desarrolla nuevas tecnologías y equipos para transformar a los desperdicios nuevamente en bienes útiles, agregando ciertos aditivos para mejorar sus propiedades, ya que los desechos no poseen las mismas características que el material virgen.

En los años ochenta, el reciclado del plástico cobra gran importancia y se desarrolla nuevas y mejoradas tecnologías.

En los años noventa se crean centros de acopio y la recolección y reciclado de los plásticos se convierte en un proceso más sistematizado, sobre todo en los países industrializados. Por tanto, las empresas que reciclan se incrementan y propagan alrededor del mundo. Además se inicia una preocupación mayor por esta situación problemática y se comienza a hacer conciencia de la importancia del reciclaje mediante el uso de los medios masivos de comunicación, principalmente los medios impresos, la televisión y la Internet; se crean grupos y organizaciones ambientales con intereses ecológicos y se promueve al reciclaje como una alternativa más ecológica que económica.

Más particularmente, en México, desde 1970, se comienza a observar indicios de impactos en el medio ambiente y por tanto se aplican criterios ambientales en el desarrollo industrial; sin em-

bargo, hasta 1988 se inicia la reglamentación oficial mexicana con la creación del Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente. Esto provoca que el gobierno enfoque su atención al monitoreo y a la disminución de la contaminación de aire y agua, principalmente. En 1994, por decreto presidencial y a través del Instituto Nacional de Ecolo-



4. El INE trata de evitar que los residuos sean incinerados.

gía, se crea la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca para promover y realizar acciones de protección ambiental y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. Un paso importante se da en 1996, cuando se realiza modificaciones a las normas oficiales, específicamente para obligar a la búsqueda de métodos de reciclaje y reuso de residuos tanto peligrosos como no peligrosos, antes de confinarlos.

Situación actual

El desarrollo industrial de las sociedades trae consigo problemas sociales, como la generación de residuos sólidos. La mayor parte de la basura generada en las ciudades está constituida por residuos sólidos. Esto provoca una enorme preocupación mundial, motivada por dos factores: la tasa de incremento en el volumen de generación de residuos y sus efectos. Con ello, el mundo se ve en la necesidad de buscar estrategias que solucionen la situación problemática, pues estadísticas mundiales dicen que un norteamericano genera dos kilos de residuos al día, un kilo más que los países europeos y Japón, mientras en los países subdesarrollados se genera entre cien y quinientos gramos por persona diariamente; esto se debe a que los países desarrollados cuentan con mayor cantidad de materia prima, tecnología de punta y una economía alta.



5. Con las nuevas leyes de ecología, los residuos son tratados con más conciencia y precaución.

En cada país existen factores sociales, económicos, ambientales, políticos (entre otros) que se tienen que tomar en cuenta para determinar el método de reciclaje a seguir.

La lucha constante por el cuidado del medio ambiente ha originado que en los países del mundo se comience a hacer conciencia acerca de lo que está pasando con nuestro planeta. Cada país cuenta con sus normas y procesos de reciclaje, dependiendo de la gravedad de la situación. En algunos países es obligatorio el proceso del reciclaje: tal es el caso de Alemania, que tiene leyes que la obligan a reciclar, por ser el país que más residuos genera en Europa. Los países europeos cada día se preocupan más por el medio ambiente y se crea constantemente un desarrollo en los métodos de reciclaje. Tal es el caso de países como Holanda, España y Bélgica, entre otros, pues se está generando una competencia económico-social y ecológica. Además, cada país realiza distintos métodos de reciclaje, dependiendo de su situación; en algunos países la legislación prohíbe que los residuos acaben en vertederos. En África, a los niños pequeños se les comienza a hacer conciencia de la importancia



¿Qué es el reciclaje?

del reciclaje, pues para la mayoría de los africanos la recolección y separación de residuos es una manera de ganarse la vida, por lo que existen centros de reciclaje en donde se tratan los residuos para ser entregados a la industria como ésta los requiere. En Asia existen grupos de personas que se organizan para desarrollar planes a favor del reciclaje. Todo muy austero, pero efectivo; en Malasia, un grupo de mujeres creó una campaña para apoyar al reciclaje y hasta la fecha continúa como una organización. En Japón, cuya industrialización le permite utilizar tecnología avanzada para reciclar, a los niños se les imparte una asignatura del medio ambiente, porque los japoneses están convencidos de que la educación infantil es fundamental para garantizar en el futuro una gestión adecuada de los recursos naturales, pero la enseñanza principal se da en la familia con el lema “no desperdicias nada y no tendrás necesidades en el futuro” que se transmite de generación en generación. En Oceanía, existen organizaciones que se dedican a promover la importancia del reciclaje; en Australia es en donde se nota más estos sucesos, pues se genera una gran cantidad de eventos y campañas. Esto se debe en gran parte al tipo de cultura que tienen. Por último está América: los Estados Unidos de América, al



igual que Europa, desarrollan sistemas mecánicos e industriales para el proceso de reciclaje; se hace conciencia, se crea campañas y eventos. Sin embargo los países sudamericanos como Brasil -que es el país número uno en reciclaje- y Chile están por encima de éste, gracias a que el reciclaje es un buen negocio en esos países y ha generado fuentes de trabajo, y también a la importancia que ha ganado esta alternativa dentro de esas naciones provocando eventos como concur-

sos lanzados por el gobiernos del país. Cabe insistir que, en los países industrializados, el reciclaje empieza en el hogar.

La globalización ha provocado que los países tengan que buscar nuevos mercados en el extranjero; los países desarrollados producen maquinaria y tecnología avanzada para ellos y para países que no las pueden desarrollar, mientras que otros países exportan materia prima y maquilación.

En México se ha visto la necesidad de reciclar, como en todo el mundo; por ello se ha creado campañas de concientización acerca de la importancia de este proceso. Existe una gran cantidad de empresas que se encargan de reciclar, grupos ecologistas interesados en ayudar y personas que conocen procesos sencillos de reciclaje y los llevan a cabo en sus casas. Las organizaciones principales que existen en nuestro país son el



7. El problema ecológico ha hecho que los países busquen mecanismos de reciclaje .

¿Qué es el reciclaje?

hombre. Esto lo podemos ver en las escuelas, pues se incorpora en los planes de estudio de la educación básica una materia de educación ambiental, y hay eventos como conferencias, ferias ambientales y películas, entre otros.



8. Con la reglamentación, las empresas comenzaron a generar métodos ecológicos.

INE (Instituto Nacional de Ecología), SEMARNAP (Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca), GLOREM (Global Recycling Marketing, S.A de C.V.), el INARE (Instituto Nacional de Recicladores, A.C.) entre otras. México, en la actualidad, busca generar tecnología con el mínimo de contaminantes en residuos y procesos de fabricación, pues se está desarrollando cada día más una concientización acerca del impacto ambiental que provoca este tipo de situaciones y sus efectos sobre el



9. Muestra escultórica de una exposición de reciclaje en una feria ambiental.



10. Alumnos de la universidad michoacana realizan estudios sobre la vermicomposta.

Michoacán ha desarrollado (a través de organizaciones ecologistas) ferias ambientales para promover varios temas de interés ecológico, entre ellos el de reciclaje, principalmente en ciudades en donde la situación ecológica es más crítica o existen recursos naturales de interés turístico, como es el caso de Morelia, Pátzcuaro y Uruapan. Es importante mencionar que en varias regiones del estado hay campañas para promocionar al reciclaje, con carteles, folletos y pláticas, entre otras cosas. También podemos observar en distintas exposiciones cómo el reciclaje se puede aplicar al arte. En la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo se está llevando al cabo propuestas de fertilizantes biológicamente puros, mediante el proceso de la vermicomposta, generadas por alumnos de la Facultad de Químico Farmacobiología.

¿Qué es el reciclaje?

En Uruapan existen organizaciones que se preocupan por mejorar la situación de residuos sólidos. La Dirección del Medio Ambiente y Recursos Naturales de Uruapan organiza a grupos de personas para dar pláticas en las escuelas y fortalecer lo que viene en los libros, hace rutas ecológicas para grupos escolares con el fin de que conozcan los vertederos y está creando material impreso para poder hacer conciencia de la importancia de reciclar (como trípticos), pues anteriormente se realizaban menos campañas acerca de esta situación y no se contaba con material adecuado para llevarlas al cabo de la manera más fructífera. Existen talleres de papel reciclado, a los que la gente interesada asiste, ya sea en la Casa de la Cultura o en diversas escuelas. Es realmente admirable que una ciudad como Uruapan, que tiene una empresa que se dedica a la elaboración del papel, no provoque que ésta última elabore un plan de trabajo para generar



11. Una de las dependencias con más interés en el reciclaje es la Dirección del Medio Ambiente y Recursos Naturales.



12. En la casa de la cultura de Uruapan, se realiza cursos de reciclaje, principalmente para niños y jóvenes.

una empresa de reciclaje. Esto es causa de una mala comunicación entre el H. Ayuntamiento e Industrial Papelera Mexicana, S.A. (INPAMEX) y de una falta de cultura en la sociedad uruapense acerca de la importancia del cuidado de nuestros recursos naturales mediante procesos como el reciclaje.

Como se puede ver en las calles y en nuestras casas, nos falta mucho por hacer en cuanto al reciclaje se refiere. En

las calles existen escasos botes de basura, lo que hace que la gente prefiera tirarla en el suelo y lo peor es que en los pocos botes que existen (principalmente en zonas de gran flujo de personas como el centro, el paseo Lázaro Cárdenas, etc.) no se toma en cuenta la separación de los residuos por tipo, provocando basura. La concientización acerca de la importancia del reciclaje aún está en proceso, pero ya se está dando varios pasos para promoverla.



13. El centro de Uruapan es uno de los lugares en donde más basura se tira; sin embargo, el personal de aseo público trata de mantener el lugar siempre limpio.



Capítulo dos

Importancia del RECICLAJE

Cuando se habla de reciclaje, en lo primero en que se piensa es ¿para qué?, ¿en qué me beneficia el reciclar? Muchos y de distinta índole son los beneficios que se obtiene si llevamos a cabo esta operación. El reciclaje tiene como fin primordial proteger el medio ambiente de los grandes impactos que genera la sobreproducción de residuos, como son la basura y la explotación excesiva de materias primas.

El acelerado crecimiento poblacional y los patrones de producción y consumo traen como consecuencia un incremento en la generación de residuos provenientes de actividades que se desarrollan en casas-habitación, sitios de servicios privados y públicos, construcciones, demoliciones, establecimientos co-



14. Grandes cantidades de basura se genera diariamente por causa de la falta de cultura de la sociedad.

merciales y de servicio. Esto, en conjunto con la falta de cultura ambiental, crea lo que llamamos basura. La basura es uno de los grandes problemas existentes en el planeta, pues su acumulación va en aumento día con día; sin embargo, lo más preocupante es el difícil manejo de ella debido a su composición. La basura orgánica y la basura inorgánica, al mezclarse, forman una basura difícil de procesar que, por lo tanto, va a parar a tiraderos a cielo abierto, rellenos sanitarios,



15. La basura generada provoca grandes consecuencias en el medio ambiente.



16. Es importante el buen manejo de la basura para evitar enfermedades en el ser humano..

enterramientos controlados y en ocasiones, la quema (provocando grandes y variadas consecuencias). Los vertederos provocan la proliferación de insectos, roedores y microorganismos patógenos que traen enfermedades catastróficas para el hombre (como la peste), producen gas metano que contamina al ambiente y contaminan las aguas subterráneas, entre otros. La incineración de residuos provoca problemas fisiológicos en el ser humano; entre otros muchos se puede mencionar la propensión al cáncer, desórdenes hormonales, disminución de la

Importancia del Reciclaje

fertilidad, abortos, daños al hígado, riñones, pulmones, tiroides y sistema nervioso central, cloracné, trastornos cognoscitivos, del aprendizaje y anomalías. Produce tóxicos y contamina al medio ambiente.

Actualmente, el reciclaje es considerado en el mundo como una importante alternativa para reducir la acumulación de basura, por traer como resultado efectos positivos, sobre todo de tipo ambiental.

Otro aspecto importante por el cual se debe reciclar es el hecho de conocer el uso excesivo de materias primas necesarias y lo peor, no renovables (como es el caso del agua, los minerales y el petróleo), lo que conlleva consecuencias enormes como árboles talados, la erosión del suelo, la extinción de especies, la lluvia ácida y el efecto de invernadero.



17. El avance tecnológico ha ayudado en el proceso de un reciclado más efectivo.

El reciclaje es un proceso con fines financieros y con base en aspectos ecológicos; por tanto, es necesario comentar la importancia en cuestiones financieras.



18. Para mucha gente, el reciclado es una forma de vida.

Para mucha gente, el reciclado es una forma de poder sobrellevar la vida; es la base de su economía familiar. Cuando esta gente recolecta y separa los residuos, provoca que las empresas recicladoras generen organizaciones, grupos y centros de acopio los cuales, a su vez, crean empleos. Estos centros de acopio, organizaciones, grupos e individuos que se dedican a la recolección y separación de residuos, venden éstos a empresas e industrias que se dedican al reciclaje, condicionando los costos de producción y, en consecuencia, las ganancias. Además surgen nuevas empresas en lo que respecta a la industria del reciclaje, principalmente de maquinaria y tecnología.

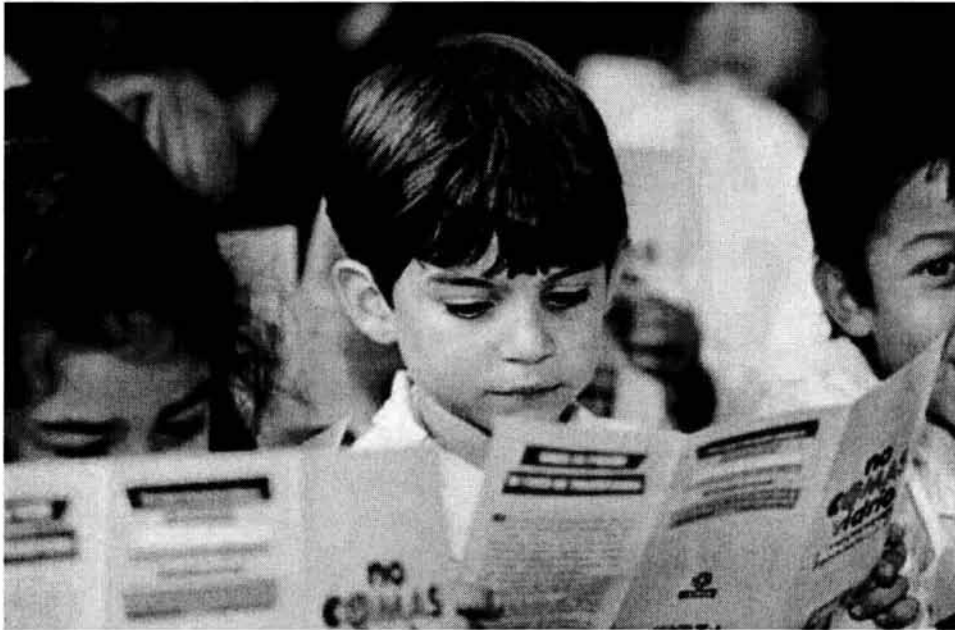
Para eso también es necesario tomar en cuenta el aspecto político, pues el reciclaje necesita una legislación, políticas aplicables a la gestión de basura y residuos urbanos. Además, el reciclaje

Importancia del Reciclaje

crea accesos a tecnologías más desarrolladas en el tratamiento y reposición de residuos.

En términos sociales, el reciclaje realiza un crecimiento de la conciencia ecológica al estimular el desarrollo de la educación ambiental en las escuelas y en la comunidad; esto genera una menor

agresión al medio ambiente y beneficia a la sociedad mediante campañas de recolección de residuos pero, lo más importante, genera una cultura ambiental adecuada para combatir la situación problemática actual acerca de la basura, el uso innecesario de la materia prima y sus impactos en las diferentes circunstancias.



19. La necesidad de un ambiente más limpio, obliga a crear una educación ecológica..



Capítulo tres

PROCESOS de reciclaje

La solvencia económica de una familia determina el mayor o menor grado de consumo de bienes y, en consecuencia, el volumen de desechos sólidos próximos a ser basura. Para combatir la basura, es necesario atacarla desde su generación, mediante la reducción de

consumo innecesario; sin embargo, en muchas ocasiones la cultura consumista no permite esta premisa. La reutilización de los residuos es otra opción de combate, pero llega el momento en el cual el residuo ya no sirve para tal acción, y es necesario mandarlo a su destino último.

El reciclaje se considera como una opción viable para este problema, pues mediante el proceso es posible reutilizar casi todo residuo generado, principalmente en los hogares. Existen varios métodos para el reciclaje de residuos, y el uso de éstos depende invariablemente del tipo de residuo que se piensa procesar.

Cabe mencionar que existen dos tipos de residuos: los líquidos y los sólidos. Dentro de estos últimos existen los no peligrosos y los peligrosos. Los sólidos peligrosos están compuestos por desechos generados por procesos indus-



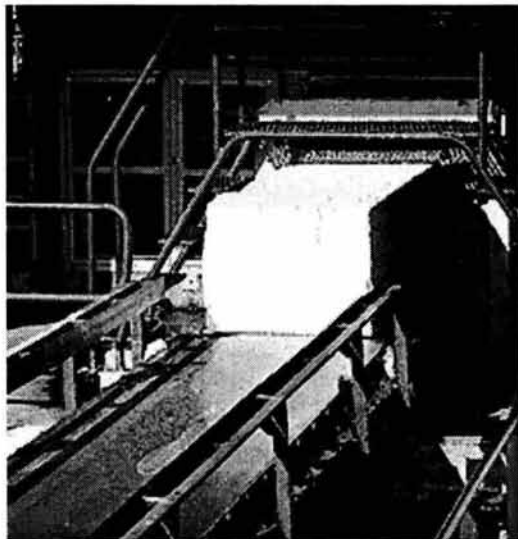
20. En un hogar se genera grandes cantidades de residuos que pueden volver a utilizarse.

triales de alto impacto ambiental y desechos de control sanitario, no pueden ser reciclados y para combatirlos es necesario el método de incineración, los rellenos sanitarios o los vertederos.

Proceso de reciclaje industrial

Los residuos sólidos tienen ciertas características fisicoquímicas que los hacen diferentes unos de otros; por lo tanto, su proceso de reciclado es distinto. Sin embargo, todos los procesos se realizan en las industrias, pues sus componentes requieren de tecnología avanzada y adecuada para ser procesados.

No todos los residuos son posibles candidatos al reciclaje mediante estos procesos industriales, pues deben tener ciertas características específicas.



21. El reciclaje industrial es una opción certera para combatir la basura sin generar grandes impactos ambientales.

En el proceso industrial, los residuos son convertidos en materia prima para ser reutilizados en el proceso de producción.

Aún cuando este tipo de reciclaje genera ciertos efectos negativos al medio ambiente, sigue siendo la mejor opción, y se trata de reducir el impacto ambiental condicionando los procesos mediante leyes ecológicas.

Reciclaje del plástico

Una vez recogidos los residuos, se lleva el plástico a las plantas de clasificación y procesamiento, donde se almacena y, llegado su turno de manipulación, se separa de acuerdo con su composición química. Después se clasifica por colores. El siguiente paso es el lavado del plástico; en esta parte se separa a los plásticos en buenas condiciones para el



22. El plástico es uno de los materiales más difíciles de tratar; sin embargo, es posible reciclarlo.

reciclaje de los que no lo están; los primeros son triturados y fundidos para fabricar nuevos productos, mientras que los segundos son compactados e incinerados o se mandan a vertederos.

Reciclaje del vidrio

El vidrio recogido es separado por colores (café, verde, azul y transparente), fragmentado, depurado y limpiado; con esto queda listo para ser fundido, ya sea directamente o con otras materias primas. Esto depende del grado de pureza del vidrio reciclado.



23. Es muy importante separar el vidrio por color para obtener un vidrio más puro, con mejor color.

Reciclado del metal

Para el reciclaje de los metales, se sigue el mismo procedimiento de separación que en los otros métodos (se separan por tipo de metal) y se les acondiciona para ser fundidos. Hecho esto, se fabrica nuevos productos.



24. Por su facilidad de reciclado, el metal sirve para generar nuevo material y realizar cualquier producto.

Reciclado del Tetra Brick

Una vez que se separa a los Tetra Brick de los demás residuos, se prosigue con su limpieza, para después trocearlos y mezclarlos en agua caliente. De esta manera se extrae el cartón que contienen.

Las láminas de plástico y de aluminio son sometidos a altas temperaturas, y esto provoca la quema del plástico de una manera simple, como si fuera combustible, dejando al aluminio libre y fundido, listo para ser reutilizado.



25. El tetra brick necesita ser sometido a altas temperaturas para separar sus distintos materiales y así poderlo reciclar.

Proceso de reciclaje doméstico

Aún cuando los residuos cuentan con características fisicoquímicas particulares y, por tanto, es difícil reciclarlos en casa, existe la posibilidad de llevar a cabo algunos procesos domésticos. Quizás el reciclaje industrial realice mejor el reciclado, pero ¿qué pasa con las ciudades en donde no se cuenta con infraestructura necesaria para llevar al cabo los procesos? En esos lugares es bueno que se realice estos métodos rudimentarios.



26. En muchos de los países europeos, la clasificación de residuos forma parte de la vida cotidiana.

Recolección selectiva

La recolección selectiva es el proceso de reunión y separación de residuos por tipo, para evitar crear basura. Si los padres dan un buen ejemplo de ello, el camino hacia un desarrollo sostenible y un futuro más limpio será mucho menos pedregoso. La recolección y la separación adecuada de los residuos sólidos es el primer paso para realizar reciclaje, ya sea industrial o doméstico.

Prácticamente el 90% de la basura doméstica es reciclable; por eso es importante que la separemos en casa y la depositemos en los contenedores adecuados.

En México se utiliza un sistema para llevar a cabo este procedimiento, basado en la utilización de diferentes contenedores, cada uno de distinto color, para identificar en dónde debe ir cada residuo. El sistema de color es el siguiente:

Papel y cartón ---- amarillo

Plásticos ---- azul

Vidrio ---- blanco

Orgánicos ---- verde

Metales ---- gris

Desechos sanitarios ---- rojo

Otros ---- negro



27. En casa, es posible adaptar cajas para realizar el método de recolección selectiva..

Este sistema provoca un mejor aprovechamiento de los residuos pues, al no ser mezclados, pueden ser procesados de manera más fácil para convertirse en materia prima y volver a ser utilizados. Es importante mencionar que, al realizar la separación de los residuos, es necesario revisar algunos factores que toman en cuenta las industrias para la selección del material, pues cada tipo de residuos tiene sus especificaciones. Dos características que deben tener todos los residuos sólidos es que estén secos y limpios. Algunas características requeridas en cada residuo por las industrias de reciclaje, basándose en información obtenida por el INARE, son:

1.El papel y el cartón no deben estar sucios por alimentos, pinturas, tierra ni por limpiar algo con ellos; no pueden estar encerados ni contener elementos que no sean papel o cartón, como son una grapa, un clip, etc.

2.Las botellas de PET no deben contener nada en su interior. De preferencia deben ir sin etiqueta y se les debe retirar el anillo de seguridad de la tapa.

3.Las latas de aluminio no deben tener nada en su interior, por lo que hay que evitar que lleven tierra, arena, cenizas de cigarrros, alimentos, etc.

4.Los envases de vidrio no deben incluir jarras de agua, refractarios de cocina o pyrex, faros de coche, focos o lámparas, envases de pintura o solventes. Se debe evitar los envases rotos, por el riesgo de que alguien salga herido.



28. En el caso de las computadoras, éstas se desarman, se separan las piezas según el material y se reciclan aparte.

Compostaje

En el caso de materia orgánica, en casa es posible llevar a cabo un proceso de reciclaje llamado compostaje. Este método consiste en la descomposición biológica de materia orgánica para obtener composta. La composta es un abono orgánico que se emplea en la agricultura como regenerador orgánico del terreno, pues contiene nutrientes favorables para el suelo.



29. La composta se realiza principalmente para usarse como abono para el campo.

Este proceso lo llevan a cabo microorganismos (bacterias y hongos); sin embargo, se requiere la intervención del hombre para proporcionar las condiciones adecuadas y que el proceso se realice con la máxima rapidez. Además, requiere la aportación de aire y el mantenimiento de una porosidad y humedad adecuadas.

Los principales factores que se debe considerar en el proceso son:

pH. Es una medición muy habitual que marca el grado de acidez o de alcalinidad que poseen todas las sustancias químicas. Es una escala que va del 0 al 14, siendo el 7 el que indica un punto neutro (ni ácido ni alcalino). Influye en el proceso debido a su acción sobre los microorganismos. Los hongos toleran un margen de pH entre 5 y 8, mientras que las bacterias tienen menor capacidad de tolerancia.



30. El compostaje es uno de los métodos de reciclaje más sencillos y que cualquier persona puede realizar.

El tamaño del material. Cuanta más superficie sea expuesta a las bacterias, más rápida será la descomposición. Por tanto, se debe triturar los residuos del jardín con una desfibradora o la máquina de segar el césped.

Contenido de nutrientes. Todos los organismos necesitan nutrientes para crecer y reproducirse. Las cantidades varían de elemento a elemento, manteniendo una relación constante unos con respecto de otros. El mantenimiento de este balance es especialmente importante para la actividad del carbono y nitrógeno.

Oxígeno. El oxígeno se requiere para que los microorganismos puedan descomponer eficazmente la materia orgánica, y que el compostaje sea más rápido.



31. Para obtener una buena composta es necesario tener el material adecuado y estar revisándola constantemente.

Temperatura. Es el parámetro que mejor indica el desarrollo del proceso. Debe mantenerse entre 35 y 65 °C, pues cada grupo de microorganismos tiene una temperatura óptima para realizar su actividad.

En el hogar hay muchas formas de hacer composta: en hoyos, en cajones de madera, de tela de alambre o utilizando tambos. Además se necesitan los siguientes materiales:

- Residuos orgánicos
- Tierra
- Una trituradora de desechos
- Herramienta de jardinería

El proceso del compostaje es el siguiente:

Lo primero que se hace se hace es colocar una capa de tierra en el compostero (si se hace en hoyo, no es necesario este paso, por motivos obvios); una vez colocada la capa de tierra, se coloca una capa de residuos orgánicos (es recomendable cortar los materiales de desechos tan finamente como sea posible) y se cubre con otra capa de tierra. Cuando se tenga más residuos, se coloca otra capa

de ellos y se vuelven a tapar con una capa de tierra y así se continúa hasta llenar el hoyo o compostero. Al llenarse el compostero, se va sacando la composta de la parte inferior y se sigue llenando, o bien, se empieza a llenar otro, mientras el primero termina su proceso de descomposición. Al cabo de seis u ocho semanas ya se tiene un abono orgánico o tierra negra.

A veces es necesario agregar agua para mantener cierto nivel de humedad y es importante remover el montículo cada ocho o diez días para oxigenarlo.

Los elementos a considerar para



32. Para realizar una buena composta es necesario colocar una capa de tierra primero.

ser utilizados como desechos orgánicos en el proceso de la composta son: restos de frutas y verduras, pañales y compresas, huesos, aserrín, residuos de infusiones y café, cáscaras de huevos y frutos secos, restos de plantas y jardineras, cenizas de madera, papel de cocina, restos de poda y siega, restos de floristería y flores mustias, entre otros.

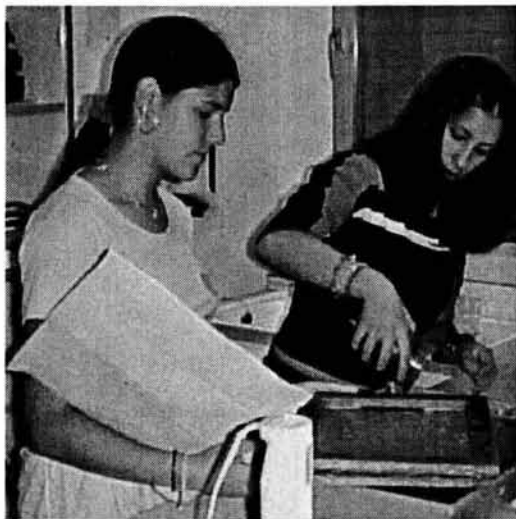
En casa también se puede hacer composteros. Una forma de hacerlos es:

1. Comprar un bote de basura, de plástico.
2. Perforar 100 agujeros de 0.5 centímetros de diámetro en toda su superficie.
3. Asegurarse de hacer algunos agujeros en la parte inferior, para que funcionen como drenaje.
4. No olvidar colocar el compostero fue-

ra de la casa, en un sitio cubierto a prueba de niños y mascotas.

Papel hecho a mano

Uno de los pocos procesos de reciclaje que se puede realizar en casa, es el del papel. Para ello es importante tomar en cuenta las condiciones adecuadas del mismo, anteriormente mencionadas.



33. Realizar papel reciclado de manera doméstica, es un proceso muy sencillo y rápido de hacer.

Los materiales que se utiliza para crear el papel reciclado son principalmente papel, malla de alambre, tela absorbente, una cubeta, una licuadora, una cuchara de madera, una bolsa de plástico y unos cuantos libros. El procedimiento a seguir es el siguiente:

Se parte el papel en pedazos, se pone a remojar durante un día completo en una cubeta de plástico; después de eso se elimina el agua, se deposita los trozos de papel en la licuadora y se licua el papel hasta que se hace una masa. Con la pasta húmeda, se desliza la malla de alambre dentro de la masa; se levanta suavemente. Después, se coloca una tela sobre la superficie plana y se pone sobre ella la malla de alambre de forma que la pulpa quede sobre la tela, se empuja fuertemente sobre la pasta con la malla y se recoge con un paño el agua que salga, se coloca la bolsa de plástico sobre la tela que haya quedado encima de la pila y se

coloca varios libros pesados sobre la bolsa de plástico. Después de varias horas, se saca con suavidad la hoja de papel entre las telas y se deja secar.

Las materias primas del papel utilizado tienen dos orígenes: por un lado se obtiene papeles de desechos de hospitales, industria, oficina, escuelas; por el otro, para sus papeles de fibras, se adquiere vegetales que no fueron vendidos al público o que sirven de alimento a animales para con ellos hacer papeles de alcachofa, hoja de maíz, flor de calabaza, amaranto, etc. El proceso a seguir para reciclar el papel es el siguiente:

El papel recolectado se muele perfectamente en una licuadora; después se vacía en una tina con agua a la que le fue medido el pH para que sea neutro (de otra forma el papel puede amarillarse, secarse y resquebrajarse en muy poco tiempo); se agrega baba de nopal previa-

mente remojada, que sirve como niveladora de grosores, se mezcla la tinta junto con el material a usar (ya sea alcachofa, piña, flores, etc). Hay dos bastidores que se meten en el agua para recolectar el material, uno recoge el papel y el otro delimita el área del mismo, se secan y se deja que escurran toda el agua. En cuanto seque, la capa que queda encima es un pliego de papel.



34. El reciclaje de papel es fácil de hacer sin un equipo de alta tecnología; por ello se realizan talleres de este proceso.

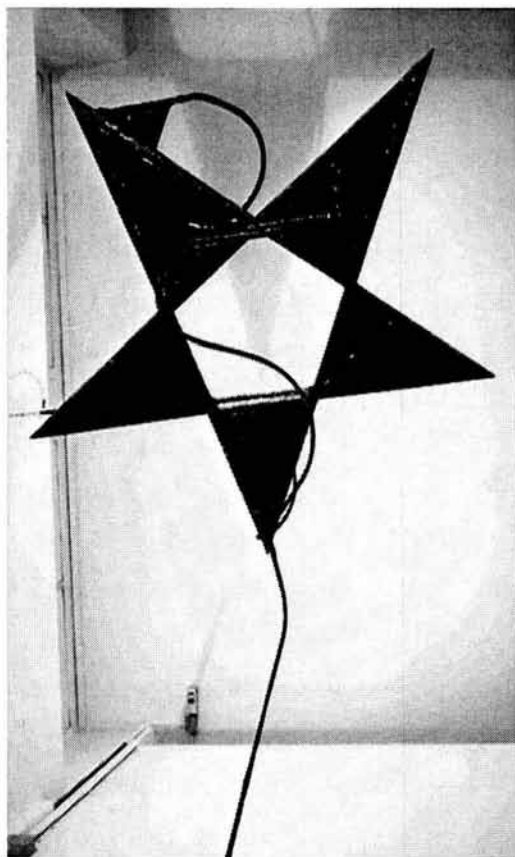
El reciclaje como arte

Con un poco de imaginación se puede dar un uso diferente a los materiales no orgánicos a los que normalmente se tira a la basura. Las botellas de plástico, si las cortamos, podemos usarlas como semilleros, como botella para un experimento casero o como adorno en combinación con otros materiales.

Existe gente que, consciente de la situación y de lo que es posible hacer en el hogar, utiliza los residuos para crear una gran cantidad de objetos prácticos de una forma creativa, lo que lleva a ser catalogado como manualidades.

También hay tendencias artísticas cuyo objetivo es la utilización de residuos para generar obras de arte, esto es llamado *arte povera*.

Para el reciclaje de residuos sólidos en el hogar no hay límites: los límites del reciclaje son los de la imaginación humana.



35. Con algunos desperdicios se puede realizar bonitos detalles para el hogar.



Capítulo cuatro

El reciclaje en URUAPAN

En estos últimos años, el crecimiento poblacional de Uruapan (una de las ciudades más importantes de Michoacán) se ha intensificado y ello es preocupante en el sentido ecológico, pues genera problemas que, aunque no son graves todavía en la ciudad, a la larga pueden generar enormes daños al medio ambiente y al hombre, tales como falta de agua, contaminación de aire, devastación de árboles y producción de residuos en forma desmedida, entre otros.

Es preocupante el hecho de vivir en una sociedad que crece día a día, y cuya cultura se torna más consumista al avanzar el tiempo, pues esto genera el gran crecimiento en la producción de residuos sólidos en hogares, oficinas, escuelas y la calle; gracias a la pobre cultu-

ra ecológica existente entre los habitantes de Uruapan, estos residuos en segundos se convierten en basura, al ser mezclados unos con otros. Para observar esto, basta con caminar por las calles, las áreas verdes, revisar en la casa del vecino o la propia, etc.



36. Aún con los botes en la calle, la gente continúa tirando la basura en el suelo.

Esto provoca la preocupación de personas interesadas en la conservación del medio como son los distintos departamentos y centros ecológicos, el H. Ayuntamiento y personas que trabajan por su cuenta.

El H. Ayuntamiento de Uruapan apoya económicamente en sus campañas a la Dirección del medio ambiente y recursos naturales en esta ciudad.



37. En las azoteas de los vecinos podemos observar gran cantidad de residuos.

En una entrevista con la Lic. Claudia Beatriz Cerna Cortés, jefa de educación ambiental en Uruapan, ella comenta que se hacen visitas a las escuelas para difundir la importancia del reciclaje, esto se lleva mediante pláticas guiadas por grupos de personas capacitadas en el área; para ello solo se cuenta con escaso material gráfico, no atractivo y con rotafolios. También se realizan recorridos a través de rutas marcadas, con el fin de conocer los vertederos.

La Lic. Cerna comenta que antes se realizaba la separación de residuos en algunos hogares, pero no existía modo de reciclarse por falta de infraestructura. Esto aún provoca que la gente no continúe haciéndolo.

El equipo de la Dirección del medio ambiente y recursos naturales está creando propuestas para el mejoramiento

El reciclaje en Uruapan

to del medio ambiente. entre ellas se encuentran algunas para difundir la importancia de las 3 R's (reduce, reutiliza y recicla).

El Ing. Wilfrido Cortés, jefe de control ecológico de Industrial Papelera Mexicana, S.A. de C.V. (INPAMEX), comenta que en Uruapan la gente no es consciente de la importancia que tiene el reciclaje en factores ambientales y económicos, que INPAMEX quiere implementar un programa de reciclaje llama-

do "Recicla y gana" que consiste en recolectar el papel en la ciudad mediante móviles para reciclarlo y dar a cambio un papel nuevo. Pero el problema de la falta de cultura ambiental le detiene, pues la pérdida económica sería grande.

Uruapan cuenta con algunas empresas que realizan el reciclaje industrial de plástico (ZUBE), de cartón (La Cartonera) y de papel (INPAMEX S.A. de C.V.)

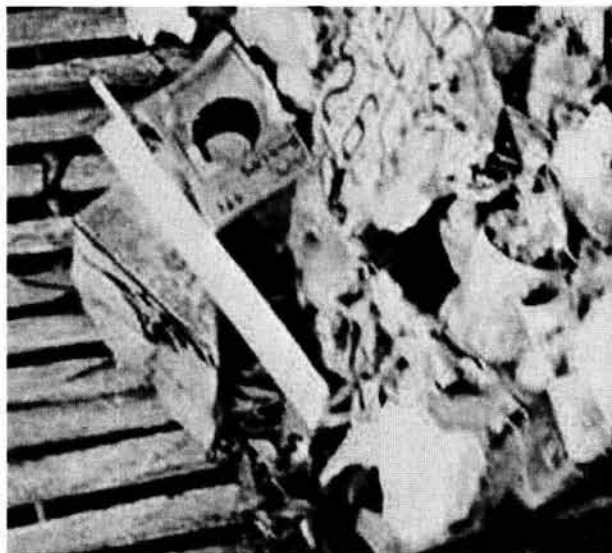
En lo que respecta al reciclaje doméstico, Uruapan cuenta con un Centro Ecológico, a cargo del Ing. Juan Madrigal y cuya finalidad es brindar conocimientos y técnicas que ayuden al mejoramiento del ambiente mediante cursos y talleres dirigidos por gente especializada, para lo cual cuenta con diversas instalaciones. Uno de los temas que trata el Ecocentro es el reciclaje, y para ello se cuenta con una instalación de compos-



38. INPAMEX es la industria que se dedica a la elaboración de papel en Uruapan.

tero, ya que ahí se lleva al cabo el proceso de compostaje para generar composta y utilizarla para mejorar los suelos. Ahí también se pone en práctica el sistema de separación de residuos por tipo.

En la Casa de la Cultura se realiza talleres de papel reciclado, y la Unión de Productores de Aguacates produce composta para sus terrenos.



39. En el ecocentro se realiza la separación de residuos.



40. En las ferias ambientales se les enseña a los niños diferentes métodos para reciclar.

En Uruapan se realiza ferias ambientales, en las que se toca distintos temas ecológicos, incluyendo el reciclaje; además, en ellas se enseña cómo se puede realizar el reciclaje de papel en casa.

Por último, existen personas en Uruapan interesadas en la difusión de la importancia del reciclaje; éstas realizan diferentes actividades para llevar a cabo sus objetivos. Un caso de esto es Jesús

Mejía; él realiza esculturas y participa en las ferias ambientales de Michoacán, en las que platica de la importancia del reciclaje y muestra sus obras para que el público vea que sí se puede hacer algo con la basura: reciclarla.

Sin embargo, aún así continúa el problema de la disposición final de la basura, ya que ésta se quema o se manda a los vertederos que se encuentran a la orilla de la ciudad, provocando daños ecológicos enormes, tales como la contaminación de los suelos, del aire y del agua.



41. En Uruapan hay bellezas naturales en las cuales podemos ver cómo la basura las afea.



Capítulo cinco

El diseño PUBLICITARIO

Uno de los factores principales en la vida del ser humano es la necesidad de comunicación, gracias a que el hombre es sociable por naturaleza.

Las personas se comunican básicamente mediante un lenguaje verbal y un lenguaje visual. Ambos tipos de comunicación se complementan a la hora de transmitir información, aunque existen diferencias tanto en los mensajes como en la recepción y procesamiento de esos mensajes. Para la comunicación verbal se emplea el lenguaje articulado, mientras que, para comunicarse visualmente, el hombre se basa en la información que recibe a través de los ojos y que se denomina percepción visual.

Comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos: una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera.¹ Sin embargo es importante aclarar que la comunicación vi-



42. La comunicación visual es una comunicación efectiva, pues se basa en la percepción visual.

¹. Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual
Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona
6a. edición. Pág. 79

sual se clasifica en comunicación visual *casual* (aquella en donde no existe una intención específica de comunicación, como lo es un cielo nublado, cuyo mensaje es que está próxima la lluvia) y la comunicación visual *intencional*, cuya estructura está diseñada para comunicar conscientemente algo a alguien y de cierta manera. Ésta se apoya en el diseño gráfico para ser efectiva.

El diseño y la comunicación visual es una disciplina que tiene como objetivo primordial lograr una comunicación efectiva a través de una buena solución gráfica; esto quiere decir que no sólo se preocupa por la forma, sino también por el fondo y el mensaje.

No siempre se comunica lo que se pretende, pues existen factores importantes que determinan la efectividad de la comunicación del mensaje. Por ello, el diseñador necesita conocer todos y cada



43. La comunicación visual puede ser casual o intencional.

uno de los elementos empleados dentro de la comunicación visual, pues éstos son muchos.

“Conocer la comunicación visual es como aprender una lengua, una lengua hecha solamente de imágenes, pero imágenes que tienen el mismo significado para personas de cualquier nación y, por tanto, cualquier lengua”.² El lenguaje visual es un lenguaje quizá más limitado que el hablado, pero sin duda más efectivo.



45. Gráficamente se comunica hasta lo inimaginable..

De ahí que, en estos últimos tiempos, el diseño y la comunicación visual sea una de las herramientas más utilizadas para comunicar hasta lo inimaginable, pues caminamos hacia la sociedad de la automatización, lo rutinario, lo repetitivo, y el diseño (mediante la creatividad) genera ideas nuevas o vistas desde otro punto de vista, para producir impacto en el espectador.



autores socialistas



44. En la comunicación visual existe simbología universal.

². Ibidem Pág. 74

La comunicación visual es una herramienta poderosa (más aún cuando está bien diseñada) pues es capaz de expresar, informar y persuadir, ya sea positivamente o todo lo contrario. La forma más sencilla de observar este fenómeno es ver el alto índice de consumo en el mundo, pues gracias a los medios masivos de comunicación, el público se informa y es persuadido, principalmente por el sentido de la vista. Estadísticamente está comprobado que, en el porcentaje de percepción mediante los sentidos, la vista es la de más porcentaje. Un ejemplo claro de ello es el fenómeno Coca-Cola.

El diseño es capaz de crear necesidades, de generar actitudes y cambiar ideologías aún en lugares cuyas costumbres son muy arraigadas.

Para la promoción de cosas intangibles como lo son las ideas, el diseño

gráfico utiliza ciertas herramientas con las que cuenta una de sus áreas: el diseño publicitario.

La publicidad es una comunicación cuyo fin es la obtención de una reacción por parte del receptor. Para comunicar, la publicidad se ayuda principalmente de la persuasión, ya que esta ma-

Coca-Cola



46. La publicidad de Coca-Cola es tan grande que cuando se piensa en refresco se piensa en ella

El diseño publicitario



47. La publicidad genera que la gente actúe de cierta manera.

nera de comunicación tiende a manipular. Además de la persuasión, la publicidad se apoya en otras disciplinas, tales como la psicología y la mercadotecnia, principalmente.

Dentro de la publicidad se encuentran las campañas publicitarias, que son desarrolladas a partir de una publi-

cidad comercial que aplica la técnica de la persuasión a través de los medios masivos de comunicación, con el objetivo de dar a conocer al público la existencia de algún producto o servicio, o suscitar el incremento del deseo por adquirir este producto o de recurrir a este servicio.

Campañas

Una campaña es una serie de esfuerzos de distinta naturaleza que, en conjunto, son aplicados para obtener un objetivo específico. Aún cuando todas las campañas tienen los mismos fundamentos y elementos, el tema específico y las metas a alcanzar en cada campaña generan una clasificación de éstas.

Tipos de campañas

Como se mencionaba antes, la clasificación de las campañas se basa en el tema a tratar en cada una, pero principalmente en los objetivos a alcanzar:

1. Campaña publicitaria. Vende un producto o servicio

2. Campaña de promoción. Informa al público meta acerca de un producto o servicio a través de elementos como la



48. Las campañas publicitarias son las que más hacen uso del diseño gráfico.

publicidad, la venta personal, la promoción de ventas y las relaciones públicas.

Este tipo de campañas tiene una variedad de tópicos y esto provoca una subdivisión en ella:

Electoral. Da a conocer al candidato a elegir, sus propuestas y soluciones.

De guerra. Es usada para enfatizar lo positivo de la causa de la guerra y engrandecer el espíritu de combate.

Religiosa. Divulga la fe de las diferentes religiones y da a conocer sus bases.

Cultural. Da a conocer las culturas y sus manifestaciones.

Ecológica. Concientiza a la sociedad sobre el daño que se le hace a la naturaleza y, en consecuencia, al hombre, pretendiendo detener o evitar la destrucción.

De instituciones benéficas. Da a conocer los problemas que existen con las personas atendidas por dichas instituciones, para conseguir la cooperación y solución de los problemas.

Campaña de concientización

Este tipo de campaña da a conocer un problema social, buscando la cooperación de la gente para solucionarlo. Utiliza los mismos elementos de la campaña publicitaria y de promoción; sin embargo, la diferencia radica en que este tipo de campaña no busca el lucro vendiendo ideas o productos, sino que busca respuestas y acciones de la gente.

Desarrollo de una campaña

Para realizar una campaña de concientización, se sigue los mismos pasos que para desarrollar una campaña publicitaria. Éstos son:



49. Las campañas de concientización tienen la característica de tocar el alma.

Planeación

Para una buena planeación de la campaña publicitaria es necesario investigar varios factores importantes, pues éstos nos dan la pauta para obtener los resultados deseados. Algunos de ellos son:

Producto o servicio. Es necesario hacer un análisis de éste y estudiar las ventajas y desventajas que tiene en relación con la competencia.

Mercado. Mediante una investigación de mercados se puede conocer el potencial económico que existe en la compra del producto o servicio. Esto determina cuál es el público que más consume el producto a publicitar (o el de la competencia), su frecuencia y ubicación geográfica. En este paso se genera la segmentación del público meta.

Competencia. Es vital conocer minuciosamente a la competencia, para conocer las fuerzas y debilidades que tiene y así poder superarla.

Presupuesto. Es necesario saber si se cuenta con el capital necesario para llevar a cabo una campaña de determinada magnitud.



50. Es importante conocer bien el producto o servicio para lograr una campaña exitosa.

Establecimiento de metas y objetivos

Al recopilar la información obtenida de los distintos estudios, se procede a determinar los objetivos generales y particulares de la campaña.

Creación de estrategias publicitarias

Teniendo la información sobre el enfoque que se le quiere dar al producto y conociendo sus objetivos, se determina lo que se va a hacer y cómo se va a realizar. Al saber combinar todos los elementos a nuestro alcance para obtener los mejores resultados en una campaña se le conoce como estrategias publicitarias. Éstas pueden ser de dos tipos:

a) Creativas

Se basan en el desarrollo de ideas nuevas y originales para alcanzar el éxito deseado. Para eso es necesario generar un mensaje y seleccionar los elementos que le van a apoyar.



51. Las ideas tienen que tomar forma para poder ser expresadas gráficamente.

Mensaje

Es muy importante elegir correctamente lo que se va a decir al público. Por tanto, un mensaje debe ser claro, fácil de entender y conciso. Debe cumplir con cuatro puntos básicos para obtener éxito: debe captar la atención, crear interés, provocar un deseo y generar una compra o acción. En publicidad esto es conocido como la fórmula "AIDA". Para ello, es necesario tomar en cuenta tres aspectos en el mensaje: qué quiero decir, cómo lo quiero decir y qué voy a ocupar para decirlo.

El mensaje se apoya del slogan para posicionar el producto o servicio. Éste debe ser corto.

Elementos de apoyo

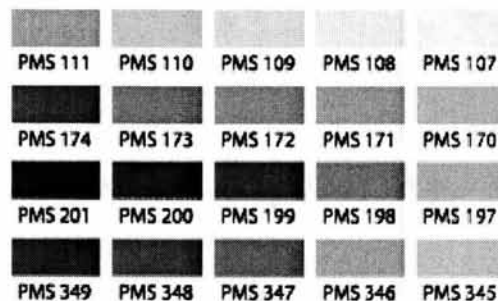
En los mensajes visuales, los elementos de apoyo son todos aquellos elementos gráficos que mediante una buena

composición expresan visualmente el mensaje. Algunos de ellos son los símbolos, las ilustraciones, el color, la tipografía, etc.

En los mensajes auditivos, la voz humana, la música y los efectos son el apoyo del mensaje. Éstos deben ser combinados de tal manera que logren dar el carácter adecuado al mensaje.

En los mensajes audiovisuales, se utiliza los elementos de los mensajes visuales y auditivos, pero en ellos se po-

PANTONE



52. El color es uno de los elementos que más apoya al gráfico para lograr que la idea se entienda.

El diseño publicitario



53. La ilustración es una de los elementos de apoyo que más impactan al público.

ne mayor énfasis en la parte visual; el audio sólo complementa la acción.

b) De medios

Seleccionar los medios adecuados para transmitir el mensaje logra una máxima penetración de éste último en el público meta con un mínimo de gastos.

En las agencias publicitarias esto se conoce como microprograma.

Por ello es importante conocer cada uno de los medios susceptibles de uso.

En publicidad, esos medios son definidos como vehículos, de los cuales la publicidad se sirve para lograr sus fines y poder ser captada adecuadamente por el público meta. Son conocidos como medios publicitarios. Se dividen en medios masivos ordinarios y directos.



54. Seleccionar un medio adecuado es garantía de éxito.

Medios masivos ordinarios

Los diferentes tipos de medios masivos publicitarios que existen son:

1. Prensa

Es el medio publicitario impreso de mayor circulación y alcance. Abarca publicaciones periódicas que llegan a distintos públicos. Tiene dos grandes líneas:

a) Periódicos

Son el medio tradicional del género prensa, con carácter informativo y formativo, utilizados para alcanzar un público objetivo definido geográficamente. Se les considera el medio más accesible (para la gama más amplia de anunciantes) y oportuno (por su corto tiempo en la producción de un anuncio en él y la regularidad de la publicación).

Ofrece un formato grande y relativamente poco costoso, en donde se cuenta con la posibilidad de proporcionar mucha información.

La publicidad en los periódicos puede ser desplegable, insertada o estar en los anuncios clasificados. Puede aprovechar sucesos especiales o hechos únicos en la sociedad.



55. Los periódicos son uno de los medios más importantes del mundo.

b) Revistas

Son el medio impreso considerado permanente, por ser coleccionables, pues el papel que usan es de gran calidad y los temas tratados en ellas hacen que se las conserve.

La publicidad en las revistas tiene la capacidad de atraer y dirigirse a un público selecto mediante una exposición voluntaria a ella, ya sea por la situación geográfica, estilo de vida o intereses especiales. Además, puede modificarse en cuanto a diseño.



56. La radio es uno de los medios masivos más antiguos, pero no por eso obsoleto.

2. Auditivos

Estos medios se caracterizan por utilizar el sonido como herramienta principal para llegar al público, mediante el sentido del oído. Entre ellos están:

a) Radio

El diseñador es importante dentro de una publicidad en la radio, pues necesita verificar que el mensaje oral sea el mismo que el visual.

Dentro de la radio existen varias formas básicas:

Las cuñas, preparadas específicamente con fines publicitarios, son anuncios intercalados entre programas y presentan mucha similitud con un spot de televisión. Su eficacia aumenta cuando son emitidas en momentos especiales, previamente elegidos.

Los programas patrocinados y los anuncios por palabras suelen realizarse en la misma emisora y tienen menor impacto que las cuñas.

3. Audiovisuales

Este tipo de medios cuenta con mezcla del sonido y la imagen para transmitir un mensaje. Tiene dos líneas:

a) Televisión

La forma más usual de pieza publicitaria es el spot o comercial (película realizada con fines publicitarios y transmitidos en bloques destinados a tal fin), cuya duración oscila entre los 10 y los 60 segundos.

b) Cine

En el cine, la forma más común de publicitar productos o servicios es colocando éstos dentro de las escenas de una película. También se puede utilizar un comercial antes de la película; esto

cuesta menos y tiene un impacto menor, pues no todos los que van al cine lo ven, dado que muchos aprovechan el momento de su reproducción para comprar en la confitería.



57. El medio más impactante hasta nuestros días es la televisión.

4. Publicidad exterior

Estos medios tienen la característica de encontrarse en las calles. Algunos de ellos son:

a) Manta

La manta es una pieza publicitaria de bajo costo, impresa en telas ligeras. Es resistente a la tensión y no encoque. El mensaje siempre está de forma escrita y muy pocas veces se ven ilustraciones; la composición debe ser muy sencilla y el texto debe ser lo más breve posible, escrito con letras grandes y fáciles de leer.



58. Un anuncio espectacular logra llegar a miles de personas diariamente.

En publicidad, la manta se utiliza para anunciar ciertos acontecimientos, tales como eventos culturales, sociales, educativos, de ayuda, convencionales, cursos, etc.

b) Anuncios Espectaculares

Son grandes anuncios colocados en los espacios libres, localizados sobre estructuras capaces de soportar el viento y la lluvia. Constituyen un medio eficaz y de bajo costo de producción.

Es importante hacer investigaciones para encontrar el lugar adecuado para su colocación. Generalmente se les coloca en los bordes de carreteras, en la entrada o salida de una localidad, en las azoteas de una casa, etc.

c) Publicidad en vehículos

Este tipo de publicidad, como su nombre lo dice, es colocada en los vehículos mediante el uso del *plotter* o la calcomanía. Se encuentra principalmente en los camiones públicos y de compañías.

Los mensajes son de gran formato, para poder ser vistos de una forma rápida pese al movimiento del vehículo.

d) Cartel

Un grito pegado en la pared es la definición que mejor expresa la intención de este medio. Se caracteriza por la sencillez, pues tiene la misión de llamar la atención y de informar de un solo vistazo. Es una pieza publicitaria meramente ilustrativa; en él, no son recomendables grandes textos y se recomienda que la redacción principal no exceda de 5 ó 6 palabras. El diseño de este medio requiere excelente creatividad y facilidad para la simplificación de formas.



59. Un cartel puede lograr llamar la atención con tan sólo tener una buena cara.

Medios masivos directos

Este tipo de medios tiene la característica principal de ser más personal, ya que el público meta entra en contacto directo con ellos. Entre ellos se tienen:

1. Medios impresos

Son los que necesitan ser realizados mediante una técnica de impresión. Algunos son:

a) Folletos

Constituyen un medio, generalmente gratuito, cuyo objetivo es vender más fácilmente, transmitiendo la calidad y las características de lo que se ofrece.

El folleto debe ser atractivo, conteniendo imágenes y una información o descripción breve y entendible, distribuida de manera agradable.

Su efectividad comienza en el momento en el que es tomado de la estantería en donde se encuentra; además, son impresos por millares.

b) Volantes

Son un tipo de propaganda que se reparte en áreas donde concurre un de-

terminado número de personas. Su carácter puede variar desde político hasta comercial.

Es un medio promocional personal, el cual sólo tiene la información necesaria para despertar el interés de quien lo posee.

Tiene una vida corta, que dura desde segundos hasta una semana (o lo que dure la promoción) y su ventaja es que utiliza formatos estándares y manejables.



60. La folletería es uno de los medios directos más utilizados en el medio publicitario.

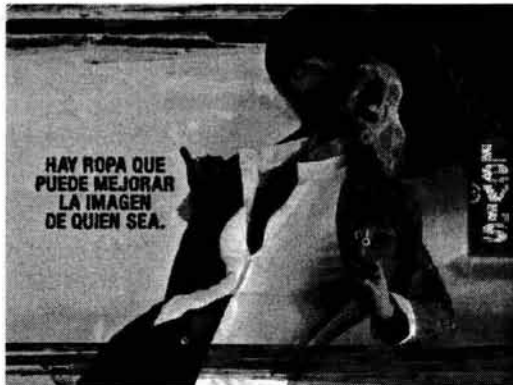
ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

c) Flyers

Éstos son semejantes a los volantes, pero su diferencia radica en la mejor calidad del papel utilizado y en las imágenes y, por lo tanto, su tiempo de vida puede variar dependiendo del impacto que tenga sobre el usuario.

d) Postales

Son un medio muy efectivo, gracias a la gran interacción que existe entre los usuarios. La publicidad en las postales basa su éxito en la creatividad del diseñador para plasmar el mensaje.



61. Las postales han llegado a ser el 2do. objeto más coleccionado del mundo.

2. Artículos promocionales

Son muy variados y se les fabrica en materiales diversos como plástico, madera, metal, tela, hule, papel, etc. Algunos son de uso personal, otros son para el consumo y otros prestan servicios durante un periodo de tiempo. Varios de estos artículos se encuentran en todos los programas publicitarios, gracias a su demanda y eficacia.

Algunos de los artículos promocionales más utilizados son calendarios, agendas, bolígrafos, llaveros, ceniceros, playeras, alfileres, calcomanías, carpetas, etc.



62. Los objetos utilitarios siempre son bienvenidos por tener la característica de ser un regalo.

3. Audiovisuales

Como ya se menciona anteriormente, son medios en donde interviene la imagen, con apoyo del sonido, para generar un mensaje. En este enfoque, la interacción es el atractivo. Estos medios son:

a) Internet

Este medio globalizado es una muestra de la relación directa entre la persona y el medio, pues el “navegador” de Internet sólo “ve” aquello que le interesa. En este medio la publicidad se maneja de distintas formas. Una de ellas es mediante *banners*; ésta es una opción muy cómoda por la estructura de las páginas web.

El costo de la publicidad en Internet es muy bajo, casi nulo, y tiene la ventaja de poder cambiar la publicidad cuantas veces se desee sin tener que generar un gran gasto.



63. La Internet es uno de los mejores medios hoy en día.

Este medio tiene una gran audiencia y puede generar buenos resultados publicitarios si se anuncia en los sitios más visitados.

b) CD interactivo

Este medio es uno de los medios actuales con más impacto, pues personaliza la relación mensaje-usuario a través de la interactividad de este medio. Cuenta con información limitada y específica acerca del producto o servicio y se apoya en imágenes y sonidos, ambos interactivos.

Después de conocer todos los medios posibles, se procede a la selección de los más adecuados para transmi-



64. Los CD interactivos son una nueva posibilidad para darse a conocer.

tir el mensaje. Esto implica varios aspectos, como el análisis de cada medio para valorar las ventajas y desventajas que tiene cada uno, conocer el público meta, su entorno y la interacción que tiene con cada medio y saber con cuánto presupuesto se cuenta.

Lanzamiento

Una vez establecidos el mensaje y los medios en los cuales se va a utilizar, se lanza la campaña de publicidad del producto o servicio.

Evaluación

Para comprobar a la efectividad de la campaña, es necesario realizar evaluaciones en los distintos medios utilizados para transmitir el mensaje.

Se puede realizar una evaluación antes de lanzar la campaña. Esta evaluación se llama prueba piloto, y consiste en hacer una prueba lanzando al mercado productos o servicios y evaluando su impacto.

La evaluación realizada durante la campaña se puede realizar mediante distintas técnicas:

- a) Sesiones de grupo.
- b) Técnicas proyectivas:
 - La terminación de oraciones e imágenes
 - Globos de diálogo y elaboración de historietas
 - Puebas de asociación

Con este paso se identifica a los aciertos y errores de la campaña y, basándose en ello, se realiza mejoras para obtener los objetivos ya planteados.



65. La publicidad exterior es un buen gancho para atraer a una gran multitud.

El diseño y la comunicación visual es una gran herramienta para lograr una buena campaña, pues ayuda en la determinación del mensaje, lo acondiciona visualmente para que sea atractivo, busca una solución creativa para la adaptación del mensaje en los medios sin perder su unificación y propone las mejores alternativas de composición y diseño gráfico, dentro de cada medio que se deba utilizar.



Propuesta

BRIEF

Cada día se genera grandes cantidades de basura, las cuales provocan una serie de repercusiones negativas en el medio ambiente y el ser humano. El reciclaje es un método efectivo para evitar que los residuos se mezclen y formen la basura y, por tanto, evita grandes problemas ambientales y enfermedades.

En Uruapan aún no es tan grave esta situación; sin embargo, es mejor prevenir que corregir.

Es importante que la sociedad uruapense tome conciencia acerca de ello, que conozca los beneficios que ofrece el reciclar y los daños que se puede evitar si se lleva al cabo.

Para lograr esto, es necesario aumentar la cultura del reciclaje del papel

hasta lograr una cultura ecológica sobresaliente, y de esta manera, se puedan llevar al cabo sistemas de reciclaje en Uruapan como el programa de reciclaje de papel de COPAMEX a través de su sucursal INPAMEX, un programa de reciclaje ya existente, pero aún sin implementar.

El público meta para este programa son las escuelas primarias existentes en la ciudad de Uruapan. Esto abarca a los alumnos de las mismas, sus maestros y los padres de familia como público meta específico.



66. En Uruapan hay escuelas en donde se realiza algunos métodos de reciclaje.

Para llevar al cabo esta solución mediante la tesis, es necesario contar con los siguientes recursos:

Humanos:

- Un ilustrador, porque va a ser necesario usar algunas caricaturas para llamar la atención de los niños. Además será una buena opción para los padres que no sepan leer y necesiten apoyar a sus hijos.

- Patrocinadores, para apoyar en lo económico a la reproducción de la solución.

- Especialista en el reciclaje del papel (de INPAMEX), para que apoye en todo lo referente a la información que debe contener la solución.

- Staff de TV y Radio, para la creación de spot de radio, comerciales de televisión y audiovisuales.

- Los directivos de las escuelas primarias de Uruapan, para que apoyen la solución dando todas las facilidades necesarias.

Materiales:

- Computadora
- Escáner
- Cámara fotográfica
- Plotter
- Impresora
- Tintas para la impresora
- Lápices
- Colores
- Juego de geometría
- Software para diseño

De diseño:

- Tipografía, porque es necesario utilizar la adecuada para el público meta específico.
- Fotografía, ya que es una herramienta poderosa e impactante y servirá de apoyo al texto.
- Publicidad, porque es importante crear estrategias para dar a conocer lo referente al problema y la solución.
- Los medios de comunicación son de gran utilidad, por el hecho de que mediante ellos se va a comunicar lo acontecido.
- Diseño editorial, necesario para todo lo referente a los medios impresos.

También se debe tomar en cuenta los distintos enfoques que se le piensa dar a la solución:

Conceptual

Se pretende hablar de la importancia que tiene el reciclaje para nosotros como seres humanos y nuestro medio ambiente, además de los daños o repercusiones que puede ocasionar el no reciclar y seguir generando basura.



67. El diseño publicitario es muy útil para promover ideas.

Expresivo

Esto se piensa trabajar por medio de ideas no complejas; es necesario que los diferentes públicos entiendan y para eso se piensa utilizar desde la fotografía y la caricatura hasta iconos o símbolos que apoyen en la solución. Todo esto debe ser apoyado por un texto, aunque no siempre (ello dependerá del grado de complejidad de la idea).



68. La ilustración es una buena manera de resolver el estilo de la campaña.



69. Para los logosímbolos, es posible utilizar pocas tintas: es parte de su funcionalidad.

Funcional

Para la reproducción del material gráfico se piensa en la opción de selección de color para los medios masivos, tales como el anuncio espectacular y los carteles. Para los más directos se utilizará dos tintas, y será posible utilizar 3 ó 4, según sea la aplicación. Para los electrónicos será a todo color, pues en esos medios no hay un costo extra por cada tinta.

PROPUESTA

Una vez realizada la investigación necesaria, se ha llegado a la siguiente conclusión: los niños son el público meta adecuado para lograr una concientización de la importancia del reciclaje de papel en Uruapan, pues ellos son los que conocen más del tema y por medio de ellos podemos atacar a las personas de otras edades, ya que pueden comentar a sus padres, hermanos y familiares acerca de ello. Además, si se ataca este sector, automáticamente se involucra a otros como los maestros, los padres y hermanos mayores, pues los niños ocupan de ellos para algunas actividades de reciclaje y para que les resuelvan algunas dudas. Además, las escuelas pueden ser centros de acopio.

Decidido esto, se llevó al cabo la búsqueda de una solución adecuada para

atacar el problema, el cual puede ser resuelto con apoyo de INPAMEX, industria que se dedica a la elaboración de papel en Uruapan y la cual cuenta con un programa de reciclaje eficiente que puede ayudar a disminuir evidentemente la basura y lograr que el papel sea reciclado industrialmente.

Las soluciones sugeridas para promover el programa de reciclaje de INPAMEX son varias; sin embargo no todas cumplen con el objetivo que se pretende alcanzar; por tal motivo no se realizaron. Entre esas soluciones se encuentra un CD interactivo. Se pensó en esta solución por el momento que se está viviendo, en donde lo interactivo y lo electrónico se unen logrando grandes juegos que impactan a los niños. Esta solución es muy buena y en ella se puede manejar toda la información que se necesita para lograr que los niños tomen conciencia y reciclen; sin embargo no es

muy viable en nuestra ciudad porque es necesario que cada niño cuente con un equipo de cómputo y eso no es posible; además el CD se puede ver y realizar todas las actividades que se proponen dentro de él en tan solo un día, y esto no ayuda a lograr el objetivo, pues es necesario mantener constantemente en la mente de los niños la importancia de reciclar. Otra solución en la cual se pensó es un libro interactivo: el libro propondría explicar el porqué reciclar y algunas actividades a realizar dentro del mismo; sin embargo una vez que se terminara, al igual que el CD, iba a dejar de tomarse en cuenta y los niños pueden terminarlo en menos de una semana, aún cuando se suministren actividades a realizar. La solución de una historieta no es del todo mala, pues en ella se narraría una historia en la cual se hiciera alusión a datos que inviten a reciclar y que ayuden a los niños a saber el porqué deben reciclar, pero la duración de ésta también es corta,

pues en un número se puede decir todo lo importante del reciclado de papel.

Así pues se descarta esas posibilidades, dejando la más viable para la ciudad de Uruapan, pues su duración no impide que se mantenga en la mente de los niños el porqué se debe reciclar: una campaña de concientización ecológica de reciclaje de papel, creada para Uruapan.



70. Para concientizar a la sociedad, lo mejor es utilizar una campaña publicitaria.

Campaña de concientización ecológica en Uruapan

Esta solución es más viable que las soluciones antes mencionadas por las siguientes causas: su larga duración, dentro de ella se pueden manejar muchos medios y quizás algunas de las soluciones antes mencionadas, es atractiva para los niños y no sólo los involucra a ellos. Además, esta campaña indirectamente llegará a todas las personas sin que la edad sea un impedimento, lo cual ayuda, pues se pretende llegar a los adultos por medio de los menores.

Una vez que se establece que la solución acertada para atacar este problema es una campaña de concientización, la cual ayude a lanzar el programa de reciclaje creado por COPAMEX, se

pensó que lo primero que se debía realizar era ajustar el programa de reciclaje a las circunstancias que se vive en Uruapan y también es necesario un cambio de logotipo y nombre del programa.

La razón por la cual es necesario lo antes mencionado, es porque el programa tiene originalmente el nombre de "Recicla y gana" y su funcionamiento es así: COPAMEX, en conjunto con las tiendas Soriana, lleva al cabo el programa en donde se colocan móviles fuera de las tiendas. La gente lleva sus residuos (separados por tipo) y a cambio se les da vales con un valor que depende del peso que tengan sus residuos; estos vales los cambian por despensa en las tiendas de Soriana y los residuos son administrados por COPAMEX. Esto no es posible aquí porque la ciudad no es tan grande como Monterrey u otra, no tiene grandes industrias recicladoras y sólo se cuenta con una tienda Soriana. Al adaptar el programa

ma se pensó en trabajar con el H. Ayuntamiento en lugar de las tiendas Soriana, y el procedimiento sería que la sociedad separe el papel de los demás residuos y lo tenga listo para llevarlo a INPAMEX, por medio de “reciclámóviles” dirigidos por las autoridades municipales. Así se compromete a las 3 partes a las cuales

compete el problema: la sociedad, el gobierno e INPAMEX.

En cuanto al nombre, se cambia porque el objetivo a alcanzar es una conciencia ecológica de reciclaje, en donde la gente lo realice por convicción, no por el hecho de obtener algo a cambio; por



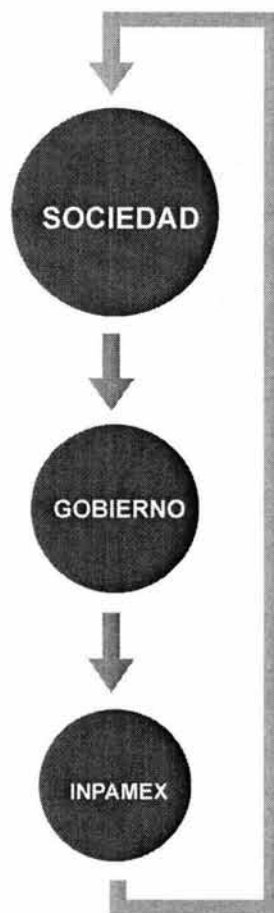
71. Muestra de la campaña de Recicla y Gana en Monterrey

ello se cambia el nombre “recicla y gana” por el de “reciclo”. Este nombre se seleccionó de entre otros por ser un nombre corto, porque menciona la acción de reciclar en primera persona haciendo que la gente se identifique y se sienta comprometido con él al mencionar el nombre y porque “reciclo” hace alusión a un ciclo que no se termina, pues el programa contempla un proceso repetitivo.

Hechos estos cambios, se tuvo que realizar un nuevo logotipo que identificara al programa con los cambios ya mencionados.



RECICLO



Mecanismo de trabajo del programa RECICLO.

Logosímbolo para el programa de reciclaje.

El logosímbolo se basó en los siguientes conceptos: protección, árbol, reciclaje, humano y ciclo. Está compuesto de los siguientes elementos: un par de manos que a su vez son el tronco y ramas de un árbol; y hojas de papel en movimiento, las cuales forman el follaje de un árbol. Estos elementos, en conjunto, dan la idea de un árbol protegido por unas manos. Su significado es que si juntamos o reciclamos el papel usado, podremos salvar la materia principal en la elaboración del papel: el árbol.

A esto se agregó el nombre del programa y la descripción del mismo, los cuales van debajo de la imagen. En el nombre RECICLO se hace hincapié en que es un ciclo repetitivo, que no termina, coloreando el nombre con dos tonos que reafirman el concepto. En cuanto a la colocación de la descripción se creó otra variante del logosímbolo, en donde la descripción va alrededor del círculo de follaje formado por los papeles.



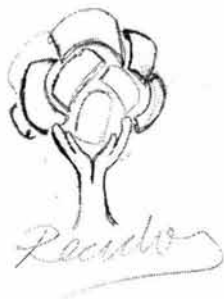
Logosímbolo del programa de reciclaje



Variante del Logosímbolo.



Primeras propuestas, de las cuales se decidió trabajar con la número 3.



Afinamiento del boceto 3 hasta llegar a la idea finalizada.

La tipografía que se utiliza para el nombre es la Berlin Sans FD Demi, por ser gruesa, legible y soportar el peso de la imagen. Para la descripción del programa se utiliza la Century Gothic en versión negrita porque soporta las reducciones, por su legibilidad y porque se busca formas más redondas.

Berlin Sans FD Demi

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ! () / * - = & % \$ # "

Century Gothic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ! () / * - = & % \$ # "

Los colores para este logotipo son el Pantone 382 CVC 2x, Pantone 625 CVC y Pantone 499 CVC. Los primeros dos colores son verde en distinta tonalidad y el último es café. Se trató de buscar colores que representaran algo natural. En este caso, por la figura de la imagen (el árbol) se pensó en ellos.



Aplicación de color al logotipo.



C = 60 R = 61
M = 0 G = 117
Y = 40 B = 108
K = 40

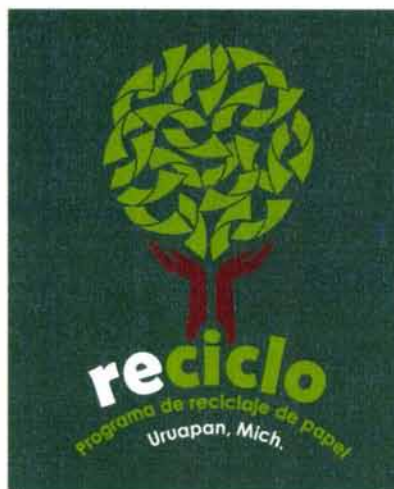


C = 40 R = 132
M = 0 G = 195
Y = 100 B = 38
K = 0



C = 0 R = 143
M = 60 G = 85
Y = 60 B = 69
K = 40

Propuesta



Aplicación del logotipo en fondos cuyo color es uno de sus constituyentes.

Para la aplicación de este logo-símbolo es necesario pensar en algunos detalles técnicos, como el tener que usarlo en aplicación a una tinta, en un fondo de color similar a algún color de éste, fotocopiado, reducción, envío por fax,

que se cambie la forma en algún aspecto, etc. Por ello se realizó versiones en negro, en fondos similares, en distintas reducciones hasta el mínimo, así como algunas restricciones para mantener su forma original.



Aplicación en negro y algunos tamaños, hasta llegar al mínimo de reducción



NO alargar logotipo



NO ensanchar logotipo



NO girar logotipo



NO cambiar color



NO transformar elementos



NO cambiar tipos

Restricciones para reproducción, con el fin de que el logotipo se mantenga lo más fiel posible.

Imagen de la campaña de concientización de reciclaje de papel.

Para la realización de la campaña que nos ayude a hacer conciencia acerca de la importancia del reciclaje en Uruapan, y así se pueda lanzar el programa de reciclaje creado por INPAMEX y la Dirección de Recursos Naturales y Medio Ambiente es necesario, antes que nada, crear una imagen que nos ayude a identificarla de las otras lanzadas por la misma o diferente empresa.

Se trabajó en la imagen de campaña dirigida a los niños de clase media principalmente, por ser ellos el público meta principal al ser la clase de niño que más asiste a la escuela y porque es posible llegar a los niños de clase alta y baja con el mismo material.. Después de rea-

lizar varios bocetos, se llegó a la conclusión de una imagen cuyos elementos principales son un árbol protegido por niños de papel. Esta imagen nos muestra que los niños pueden salvar a un árbol si reciclan papel. Esta imagen se encuentra dentro de un círculo, en el cual se encuentra el slogan “un papel reciclado es un árbol salvado” y debajo el nombre de la campaña que es el mismo que el nombre del programa, RECICLO, pues con esto estamos haciendo que el niño se identifique: al momento de nombrar RECICLO estará adoptando el verbo en primera persona. Por último, pero no por ello menos importante, está la descripción de la campaña: ésta se encuentra debajo del nombre de la campaña.



Imagen de campaña de concientización de reciclaje de papel en Uruapan, Michoacán.



Primeras propuestas, de las cuales se decidió trabajar con la número 2.



Afinamiento del boceto 2 hasta llegar a la idea final.

Propuesta

La tipografía utilizada para el nombre de campaña y la leyenda “Uruapan, Mich.” es Berlin Sans FB Demi; esto, para unificar con el programa. Para la descripción del programa y el slogan se utiliza la BeginnerDB, porque es necesario una tipografía más relajada que no sea muy rígida para los niños, pero tampoco tan loca, ilegible o que se pierda cuando la imagen se reduzca al tamaño mínimo.

BeginnerDB

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? ¡ !
() / * - = & % \$ # “

La imagen se realizó en color, porque así es mucho más impactante para los niños. Es una ilustración para dar un matiz de que fue hecho por niños pues, en investigaciones hechas previamente, se descubrió que a ellos les gusta ver cosas que hacen otros pequeños.

Sin embargo, fue necesario realizar una variante de la imagen a 1 y 2 tintas, las cuales son colores naturales que mantienen el concepto de la imagen de campaña y que además se puede adaptar fácilmente a la aplicación que necesite de ellas. También se manejó el tamaño mínimo y las restricciones al momento de manejar la imagen.



Aplicación de color a la imagen.

Propuesta



Aplicación de la imagen en una tinta.



Aplicación de la imagen en dos tintas.

Campaña de concientización de reciclaje de papel.

Creada la imagen, se procedió a realizar la campaña, siguiendo los pasos mencionados en la primera parte de esta tesis.

Para esto ya se analizó al programa, al público meta, el mercado, a otras campañas similares y se tomó en cuenta el factor económico.

Entonces se comenzó a revisar los objetivos que pretende la campaña y estos son dos, básicamente: crear una conciencia acerca de la importancia del reciclaje de papel en Uruapan y lanzar el programa de reciclaje “RECICLO”.

Una vez determinados los objetivos se pasó a la creación de una estra-

tegia publicitaria; es decir, a determinar qué se va a hacer y cómo se va a llevar al cabo. Para comenzar se pensó mucho en el público meta y se llegó a la conclusión de que se debería realizar algo muy creativo.



Propuesta

Lo primero que se llevó al cabo fue la creación de los mensajes que actuarían durante la campaña. Para ello se tomó en cuenta el grado de escolaridad de los niños, su entendimiento y la complejidad de los mensajes.

Los mensajes fueron elaborados con información obtenida durante la investigación, en la cual se habla de que uno de los objetivos primordiales de reciclar papel es el hecho de salvar la materia prima, principalmente al árbol, y que el no hacerlo puede generar daños graves.

Se hizo un slogan, porque el slogan tiene la característica de concentrar la idea principal en una frase corta y fácil de mantener en la mente. Se generó una lluvia de ideas para crear la frase que englobará la idea que se pretende difundir con esta campaña.

La frase o slogan que se utiliza en la campaña es “un papel reciclado es un árbol salvado”. Esta frase hace alusión al hecho de reciclar papel para salvar árboles, la meta principal de esta campaña.

También se echó mano de frases de apoyo; éstas se refieren a ideas que hablan de salvar a los árboles. Los mensajes hablan de cuidar los árboles, de qué pasaría si los taláramos todos para hacer papel y qué sería del mundo si tuviéramos que hacer árboles de papel al no haberlos reales.

Para que los mensajes lleguen de la manera que se pretende, fue necesario apoyarse de elementos como la tipografía, ilustraciones, colores, etc.

Tipografía de la campaña

Dentro de los elementos de apoyo en esta campaña tenemos la tipografía; ésta tiene con fin el identificarse con los niños y, por sus trazos, se eligió la Gilligans Island: el manejo de altas y bajas, los tamaños y el color hacen que ésta sea la tipografía adecuada para llevar el mensaje de una forma correcta al público meta.

Gilligans Island

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
? ! () / * - = & % \$ # "

Propuesta

Elementos de apoyo

El símbolo de reciclaje es un elemento de gran ayuda para la campaña, pues éste es un símbolo universal reconocido desde hace tiempo, y al verle se sabe de qué se trata el asunto.



Este símbolo debe ir en todos los medios impresos en papel.

Las ilustraciones que describen visualmente el mensaje son importantes para terminar de dejar en claro algunas dudas si el mensaje no es muy claro, o si es algo complejo.



Las ilustraciones están hechas con prismacolor para dar el efecto de que fueron hechas por niños.

Mascota

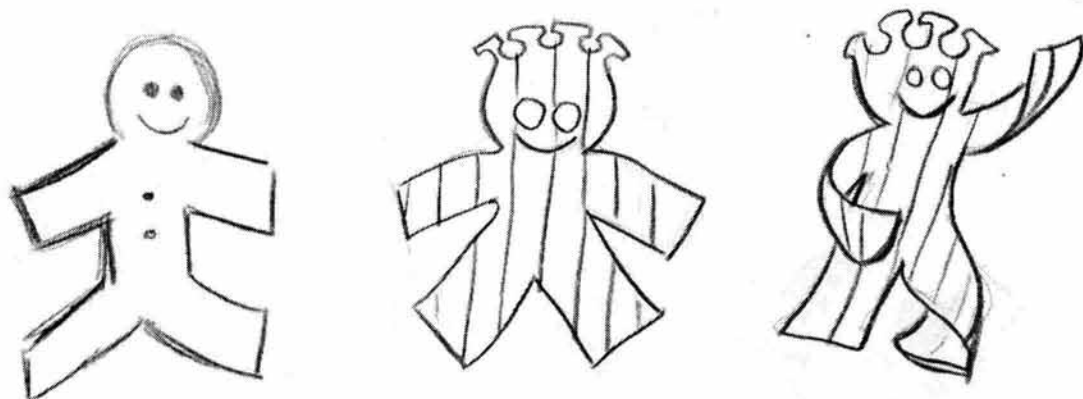
Otro elemento de apoyo que se utiliza en la campaña es una mascota, para el trato con niños. Una mascota es un buen intermediario entre el mensaje y los pequeños; además, para los niños el identificarse con ella o tener un nuevo amigo es genial e impactante.

La mascota surgió de la idea de un amiguito: un amiguito de papel reciclado que le pide al niño que lo recicle porque quiere verse nuevo otra vez. Esta idea se basó en los niños de papel utilizados en la imagen de la campaña.



La mascota será el intermediario entre el mensaje y los niños.

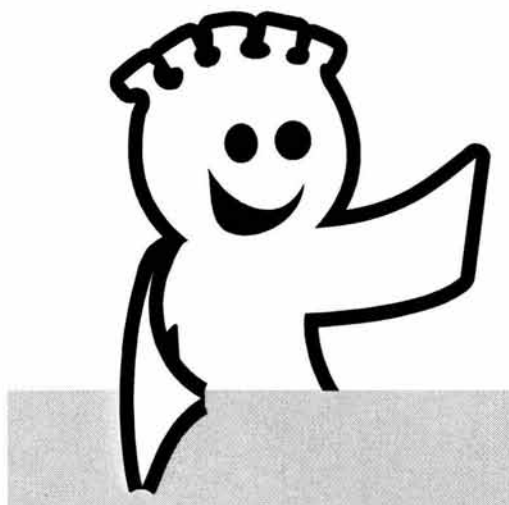
Propuesta



Bocetos del proceso de creación de la mascota.



Propuesta

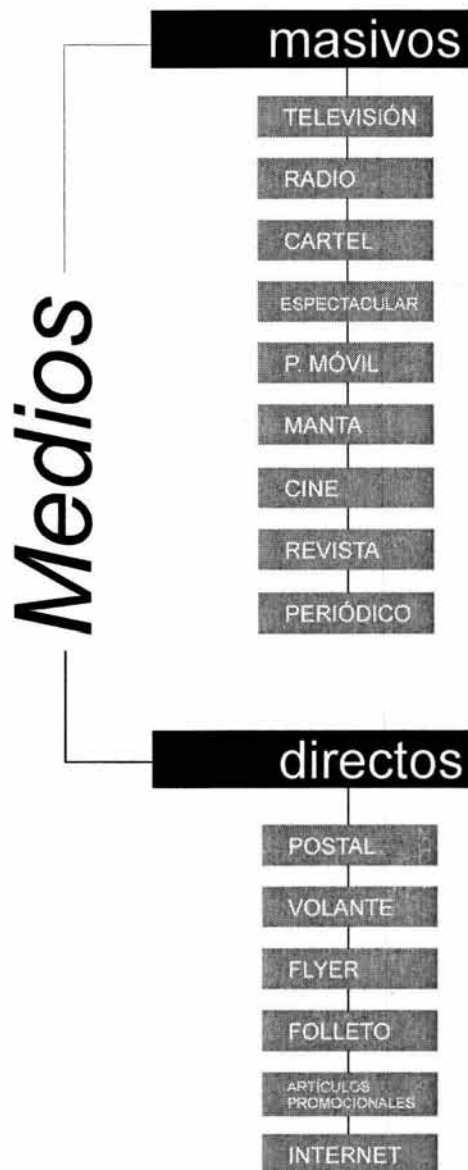


Algunas posturas y gestos de la mascota

Selección de medios

Ya determinado lo que se quiere decir, se da paso a la selección de medios. Ésta se realiza con mucho cuidado, buscando optimizar el tiempo, dinero y esfuerzo. Para determinar qué medios son los más indicados para lograr una campaña adecuada, se examinó a las dos clases de medios: masivos y directos. En cada uno fueron valorados aspectos como el impacto del medio, número de audiencia en él, el alcance del medio y su frecuencia.

Con base en ello se decidió lo siguiente: dentro de los medios masivos encontramos que la televisión es uno muy importante y con el cual se tiene mucho contacto. Su alcance en este caso es local, y eso es suficiente. La mayoría de la población uruapense la ve, inclu-



Propuesta

yendo a los niños, y es constante, pues todo el día está activa.

La radio es otro medio que en Uruapan se toma en cuenta, sobre todo en la mañana. Es un medio que impacta, aunque no tanto a los niños; sin embargo, depende del tipo de publicidad, su alcance es grande y, al igual que la televisión, está en activo todo el día.

La Internet es un medio muy impactante; en Uruapan se ha incrementado constantemente el interés por él. Su alcance es inmenso y su frecuencia es constante; sin embargo, aquí tenemos el problema de que no todos en Uruapan tienen la facilidad de acceder a él. Por ello es un medio no muy viable, sobre todo si hablamos de niños de clase media.

Un periódico tiene la ventaja de ser diario, aunque quizás el color no ayude mucho. Además no es tan impactante como una revista; es un medio en el cual no se interactúa mucho con el público meta. Por esta razón es un medio no muy propicio.

La revista impacta y puede ser vista por los niños, pero aquí tiene la desventaja de que las revistas locales no son infantiles y las nacionales no ayudan; además, salen regularmente cada 15 días. Por estas razones se pensó que no era muy adecuado usar este medio.

El cartel es un medio muy impactante, con el cual se interactúa fácilmente; su alcance depende del lugar en donde se coloque y es uno de los medios en el cual se puede dirigir muy fácil a un público específico. Por lo tanto, este medio es uno de los más adecuados, pues también su duración es variada y se puede trabajar mucho con ello.

El anuncio espectacular se considera una ampliación de un cartel o anuncio de revista; éste es muy impactante por su tamaño y tiene la peculiaridad de ser colocado en los lugares más transitados; por ello alcanza un número

de público muy grande, incluyendo a los niños. Por lo tanto, es un medio adecuado para lograr algunos objetivos de la campaña.

La publicidad en móviles es un medio contemporáneo que está dando muchos resultados, y su impacto se basa en la novedad y en el diseño. Este medio es muy bueno porque Uruapan es una ciudad no muy grande y en la cual se puede hacer publicidad por este medio.

Los medios directos que se tomó en cuenta por el hecho de ser viables en ciudades como Uruapan son éstos:

Una postal. Este medio tiene la peculiaridad de poder ser muy atractiva, dependiendo del grado de creatividad que se utilice en ella; es un medio impactante y ahora puede ser coleccionable; puede dirigirse a un público en específico y eso es un buen punto que no puede-

Propuesta

mos ignorar; el costo no es elevado y por ello se cree es un buen medio para concientizar a los niños.

La folletería es un medio que siempre da resultado. Quizá no tiene mucho impacto, pero el hecho de tenerlo para ser consultado cuando se quiera, al igual que lo pueda ver cualquiera, nos ayuda para lograr objetivos que se pretende cumplir en la campaña.

Por último tenemos los objetos utilitarios. Uno de los medios que más gustan a la gente por el hecho de ser vistos como un regalo, no como un mecanismo de publicidad, es impactante y logra llegar a todo público, dependiendo del lugar donde se obsequie. Hay una gran cantidad de objetos utilitarios; de entre ellos se seleccionó la libreta, la regla, la goma, el lápiz y el lapicero, por ser objetos que un niño necesita para sus

labores escolares, pues gran parte del tiempo está en la escuela.

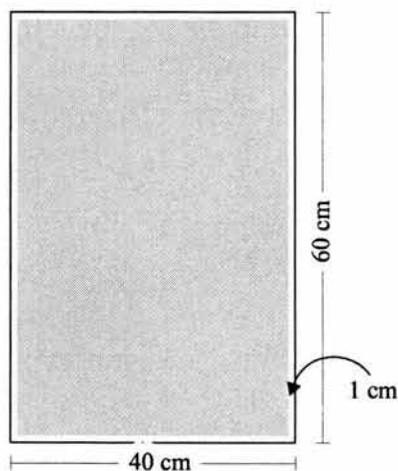
En resumen, los medios seleccionados para formar parte de la campaña para concientizar a los niños de las escuelas son la televisión, la radio, el anuncio espectacular, el cartel, el folleto, la postal, objetos utilitarios (un lapicero, un lápiz, una goma, una regla y una libreta).

Objetivos y aplicación de diseño en medios

A continuación se explica detalladamente qué objetivo se pretende alcanzar con cada uno de los medios y las características que ayudarán a lograrlo.

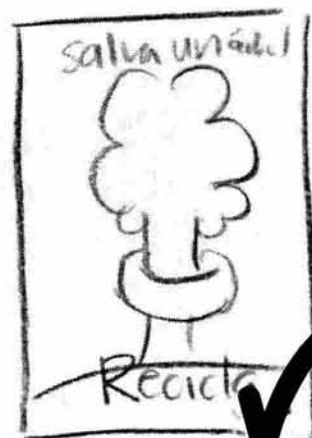
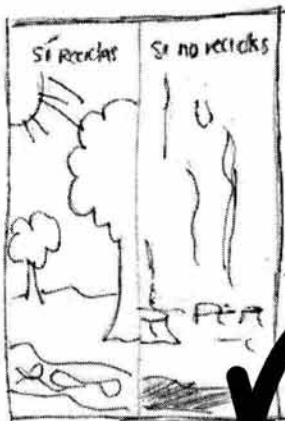
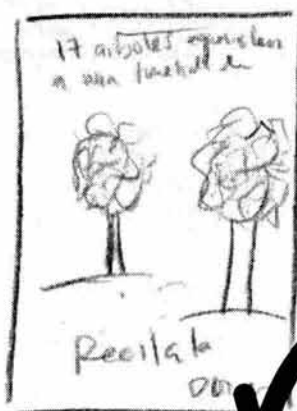
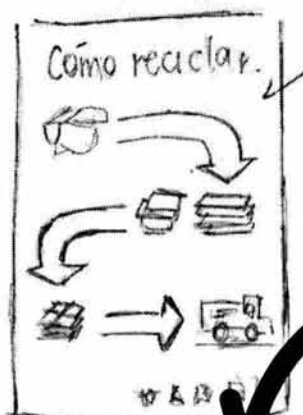
El cartel

El objetivo principal del cartel es informar acerca de la importancia de reciclar papel; para ello se realizó 3 carteles, de 40 x 60 cm, con una frase central y una imagen de apoyo. Estos carteles tienen la característica de ser una ilustración hecha con colores, dando el aspecto de que fueron hechos por niños, por razones ya mencionadas.



En los cuatro carteles se encuentran el logotipo de COPAMEX, el del H. Ayuntamiento 2002-2004, el del programa RECICLO y el logotipo de que son hechos con papel reciclado; además, tienen los datos de los lugares en donde se puede dar mayores informes. Los carteles tienen un margen blanco de 1 cm para evitar que las cintas adhesivas dañen la ilustración; así se les puede guardar en buen estado o usarlos como decoración.

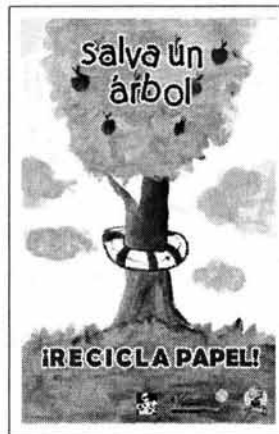
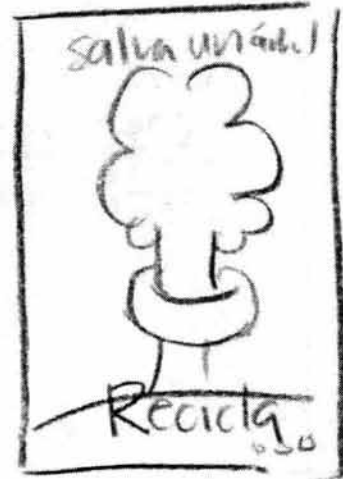
Propuesta



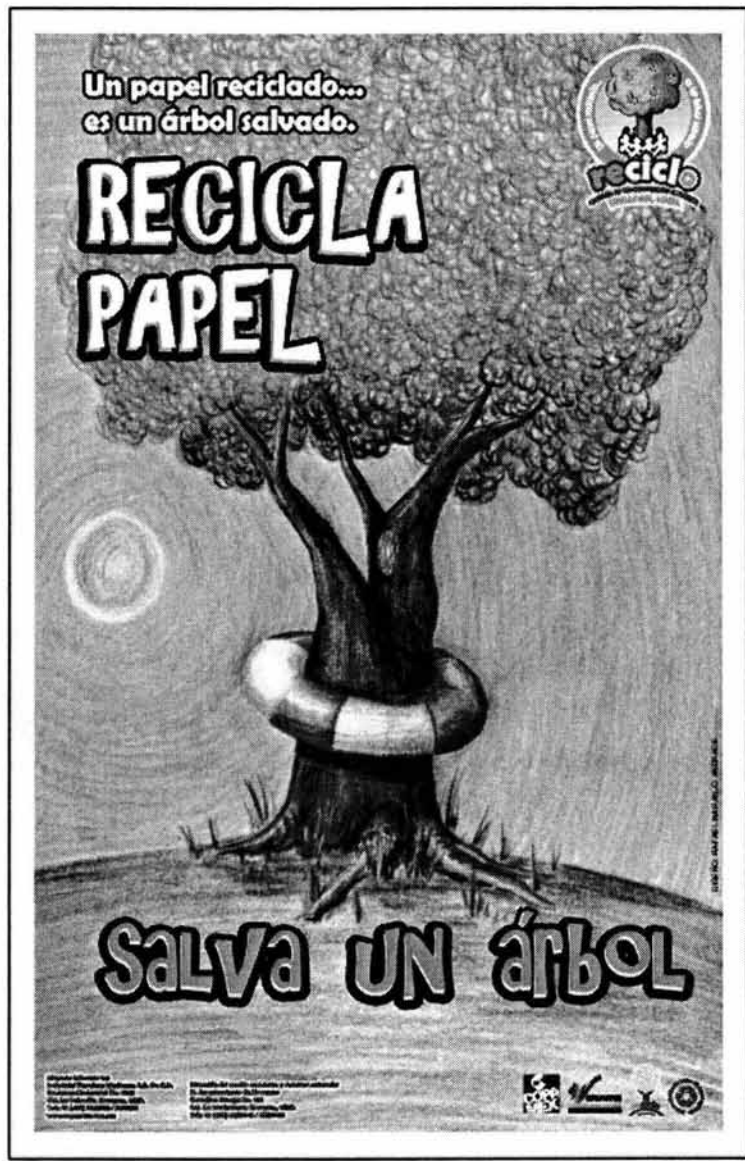
Primeras ideas y bocetos para carteles, de entre las cuales se eligió a las 4 mejores.

Cartel 1

El concepto de este cartel se basa en la idea central de la campaña: salvar árboles. Este concepto surge de la idea de la utilización de un elemento que puede ayudar a salvar una vida; se utiliza un salvavidas porque representa de la forma más fácil lo que se quiere y además el niño lo puede entender sencillamente.



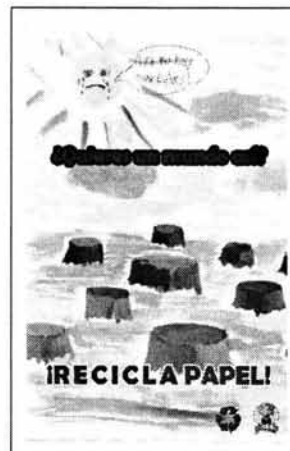
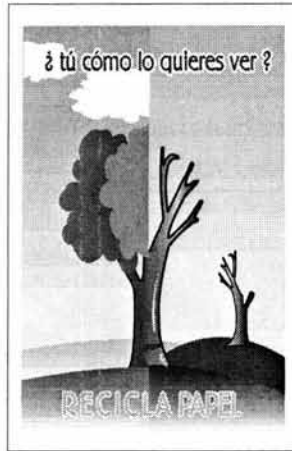
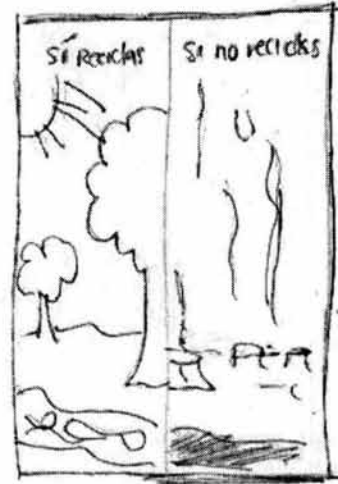
Proceso de la realización del cartel 1



Propuesta final
del Cartel 1

Cartel 2

En este cartel se representa de manera gráfica lo que pasará si continuamos cortando los árboles para producir más papel en lugar de reciclarlo. La idea de este cartel es mostrar las consecuencias de la tala de árboles, pues no sólo se terminan los bosques sino también se destruye el hogar de una variedad de especies animales.



Proceso de la realización del cartel 2



*Propuesta final
del Cartel 2*

Cartel 3

Para el cartel 3 se utiliza la idea de cómo sería un mundo con árboles creados de papel al no haberlos reales.

Esta idea surgió al pensar en el hecho de qué pasaría si ya no hubiera árboles, cómo los reemplazaríamos y de cómo se vería un árbol transformado en papel pero con su misma forma.



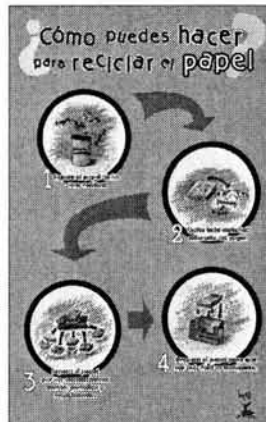
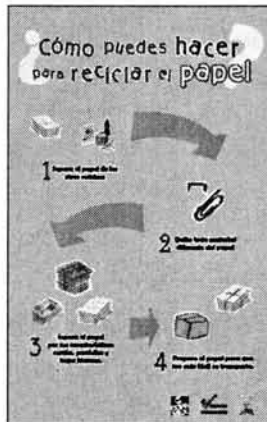
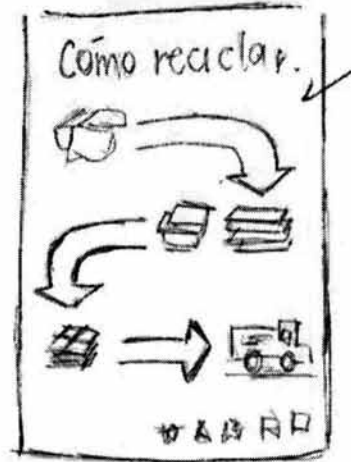
Proceso de la realización del cartel 3



Propuesta final
del Cartel 3

Cartel informativo

El fin de este cartel es que los niños conozcan los pasos a seguir para dejar listo el papel en los contenedores y que el reciclamóvil los pueda recoger. La información viene en pasos y es apoyada por ilustraciones que también son hechas con colores. En este cartel se hace uso de la mascota de la campaña, pues es un elemento clave que invita al niño a realizar tales pasos.



Proceso de la realización del cartel informativo

UNO
No debes tirar el papel con los demás residuos. Sepáralo.

dos
Revisa que el papel no tenga material que no sea papel (grapas, clips, plástico, etc). QUITÁSELOS.

tres
Separa el papel por categoría.

cuatro
Ponlo en el contenedor correcto y en esta.

CINCO
Listo para que sea recogido por el reciclaje.

¿Qué te toca hacer para ayudar a reciclar papel?

reciclo
CASA RECICLANDO

COMEX

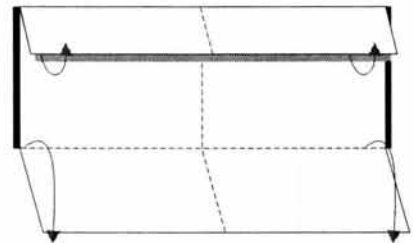
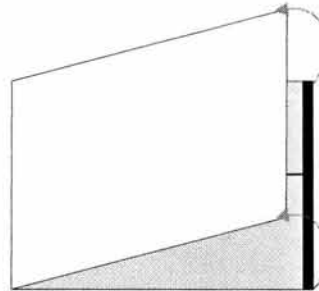
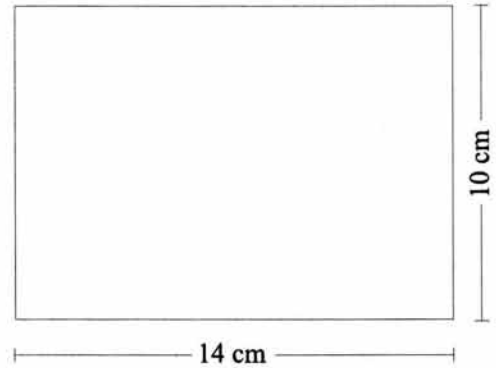
CONEXIÓN

RECICLO

Propuesta final del Cartel informativo

La postal

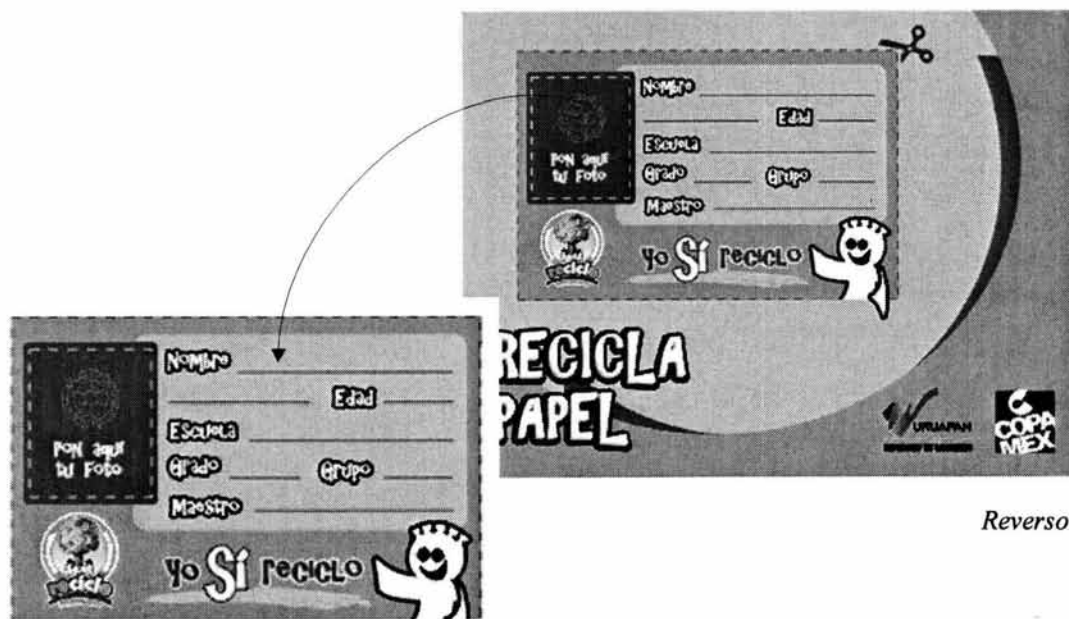
La postal se seleccionó para cumplir el objetivo de enseñar a los niños qué tipo de papel debe ir en cada contenedor que haya en su escuela. Se realizó una postal de 14 X 10 cm que se abre, y en su interior tiene una hoja desplegable.



Anverso

Propuesta

En la parte trasera de la postal se diseñó una credencial para el niño, la cual lo hace parte del programa RECI-CLO; esto ayuda a despertar aún más el interés del niño, acrecentando su compromiso de realizar el método de reciclaje.

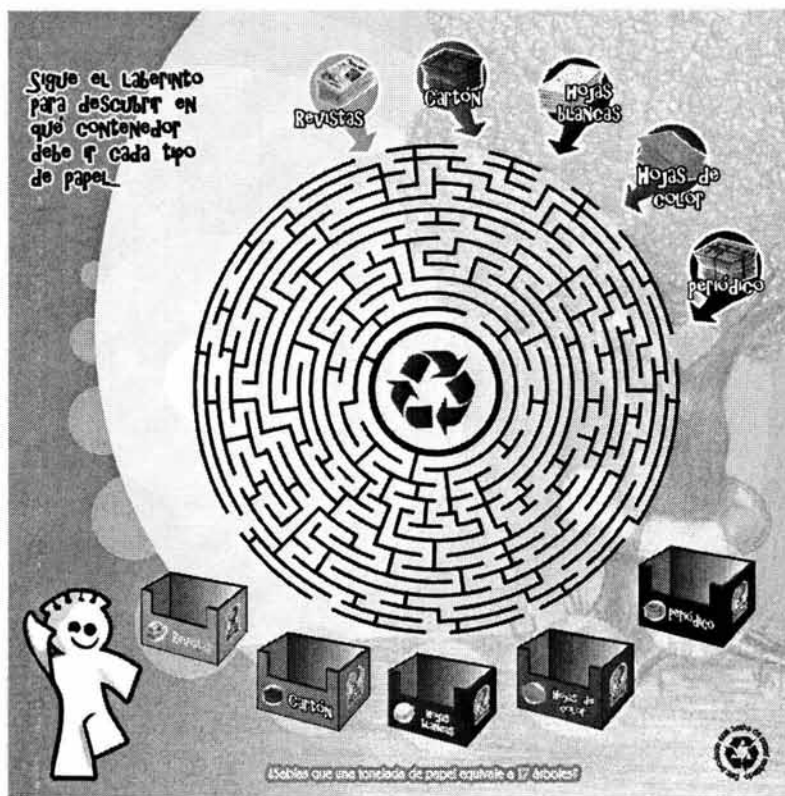


Credencial

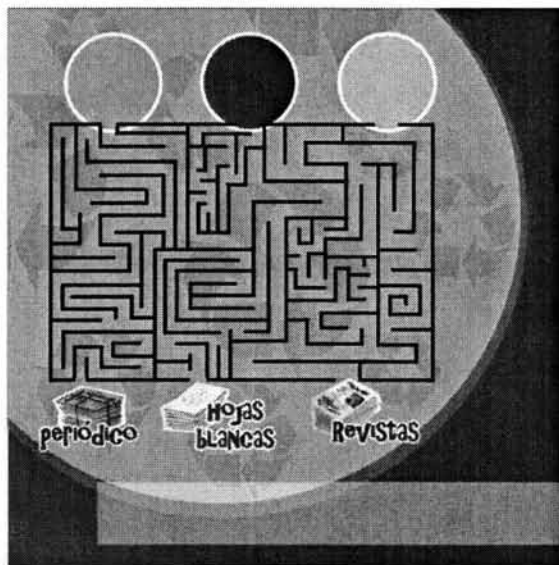
Reverso

La hoja despegable del interior tiene impreso un laberinto con 5 entradas; cada una corresponde a un tipo de papel, cada tipo de papel tiene una única salida y su contenedor correspondiente, y eso ayuda a que los niños de una ma-

nera divertida conozcan qué papel va en cada contenedor. También se encuentra una frase acerca del porqué se debe reciclar, la mascota del programa y las instrucciones correspondientes para poder realizar la actividad.



Parte interior en donde se encuentra la actividad a realizar.

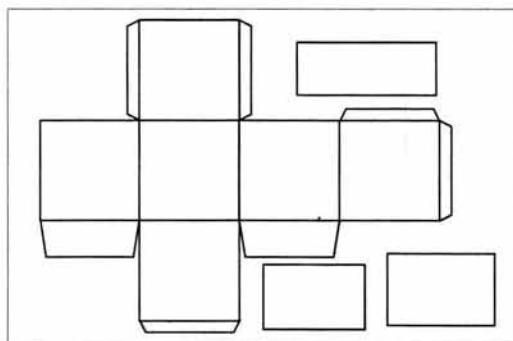
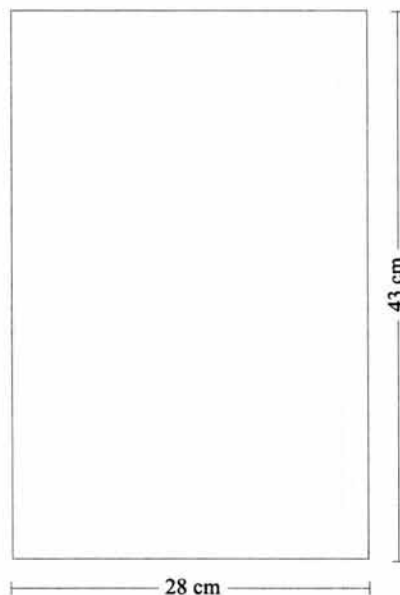


Primeras ideas y bocetos para el interior de la postal de las cuales se llegó a la idea de la página anterior.

El folleto

Se pensó en un folleto porque se necesita el apoyo de los maestros para llevar al cabo la campaña dentro de las escuelas, y este medio tiene como fin el informar a éstos acerca del programa, sus beneficios y la forma de trabajo.

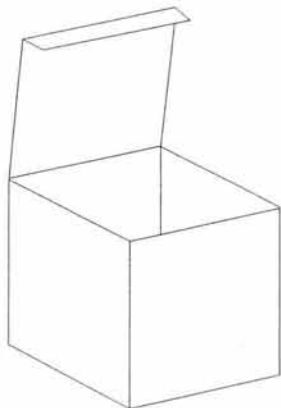
Sin embargo, a la hora de realizarlo se llegó a la conclusión de que el folleto común no es muy atractivo ya que para serlo necesita suajes y múltiples dobleces; además su tiempo de vida es corto, pues una vez leído se desecha o se guarda. Por ello, se creó un folleto tamaño doble carta en forma de cubo, el cual por una cara, tiene la información, y por la otra, los pasos desde que se tiene el papel hasta que se coloca en el contenedor.



Estructura de la hoja doble carta con la información.

Propuesta

Este cubo fue pensado para hacer más atractiva la información y darle una utilidad al papel evitando que se guarde o se tire; también para que los maestros lo tengan en su escritorio y en él guarden cosas pequeñas como gises, gomas, et-éter. Esto nos ayudará a que indirectamente los niños sean atraídos por éste y lean los pasos, pues ésta es su principal labor.

*Caja armada*

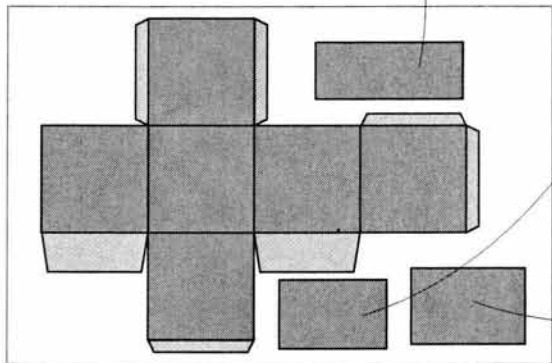
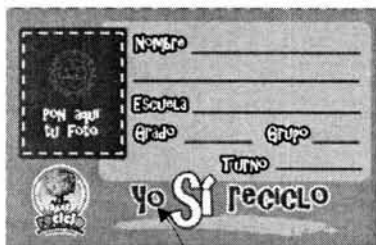
Otros medios dentro de la doble carta

Como en la cartulina doble carta sobran espacios, se utilizaron éstos para colocar algunos gráficos que también apoyen a la campaña. Por el tamaño del espacio y estrategia se pensó en una credencial para el maestro, un calendario escolar y un separador. Con la credencial comprometemos al maestro a formar parte del programa y mediante ella éste se puede poner en contacto para realizar visitas guiadas a la Papelera, pedir información, etc. En el calendario escolar se marcó las fechas en que el reciclamóvil va a pasar a recoger el papel y, además de que al maestro le sirve para consultar sus dudas en cuanto a las actividades escolares, suspensiones, etc. Por último, el separador tiene como fin que el maestro lo utilice para marcar la página de la lección en la que va, o para utilizarlo en

cualquier libro y mantener en su mente el compromiso de ayudar a crear conciencia de que se debe reciclar; también lo puede regalar. Este separador tiene por una cara una imagen utilizada en la campaña, y por atrás, un dato acerca del reciclaje de papel.

Todo esto se encuentra en la cartulina doble carta y, para ahorrar costos y al mismo tiempo, involucrar al maestro en el proyecto, es necesario cortarlos, armarlos o pegarlos, según sea el caso. Y para que esto quede claro, en algunos espacios tiene instrucciones guiadas por la mascota y los gráficos tienen punteadas las orillas, indicando corte.

Propuesta



Vista de los otros medios (separador, credencial y calendario escolar) con más detalle

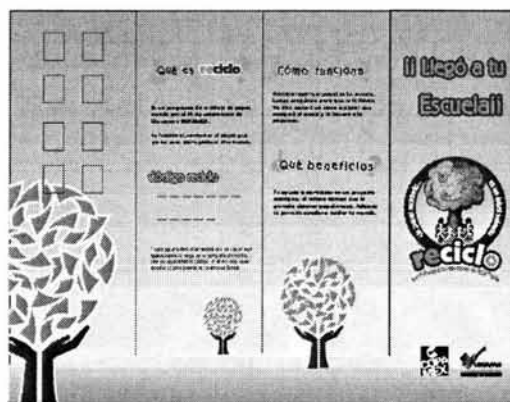
Otro detalle que ayuda a economizar es que por una cara la impresión es en selección de color y por la otra es a una tinta.



Reverso

Anverso

Propuesta



Primeras ideas y bocetos para el folleto antes de decidir realizar el cubo y los otros medios en la doble carta.

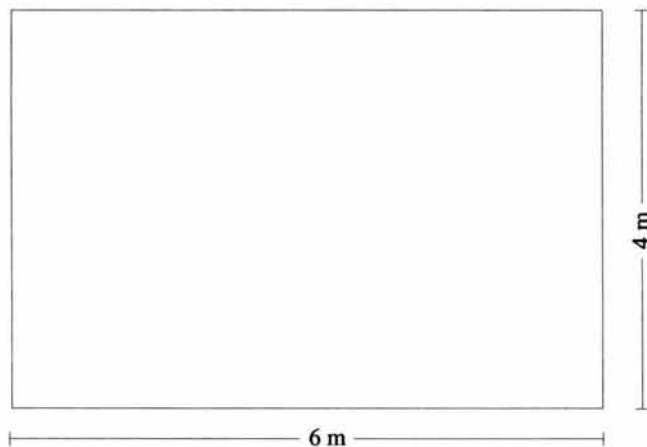
El anuncio espectacular

Este medio tiene como objetivo recordar a los niños el compromiso de reciclar cuando estén fuera de la escuela, así como mostrar a la sociedad lo que se está haciendo, con la intención de motivar a los demás grupos a querer realizar también el programa.

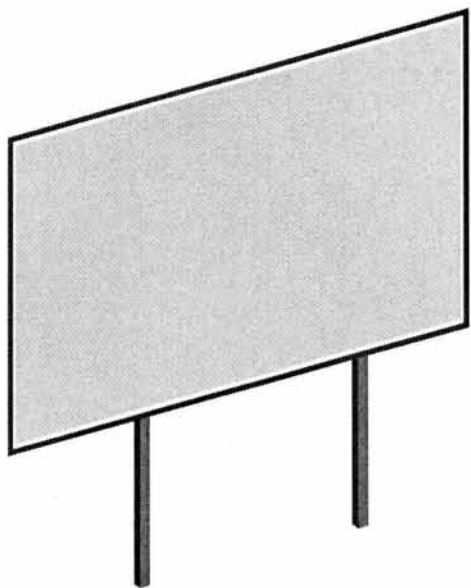
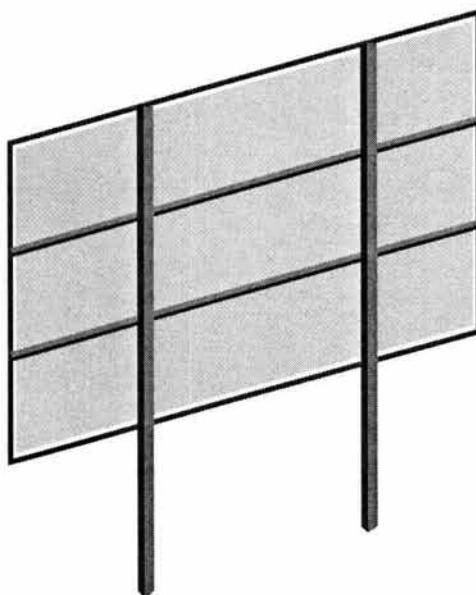
Para lograrlo se diseñó un anuncio espectacular de 6 x 4 m, en donde sobresale una de las ilustraciones de la

campaña, y apoyando la idea está la mascota que invita a reciclar y a salvar un árbol. Esto se hizo así porque la mayoría de la gente que ve el anuncio espectacular va en un vehículo y tiene que leer y comprender la idea en instantes. Mientras menos elementos tenga es más fácil comprender el mensaje cuando se está en movimiento.

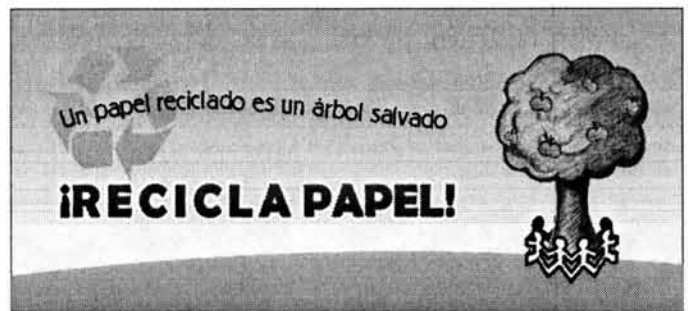
En el anuncio espectacular se encuentran los logos y adónde se pueden dirigir en caso de requerir mayores informes.



Propuesta

*Anverso de la estructura**Reverso de la estructura*

La estructura del anuncio espectacular es de acero. El anuncio está impreso en lona en cuyas orillas tiene ojos por los cuales se pasa un lazo de plástico para sujetarla a la estructura.



Bocetos del proceso para el anuncio espectacular



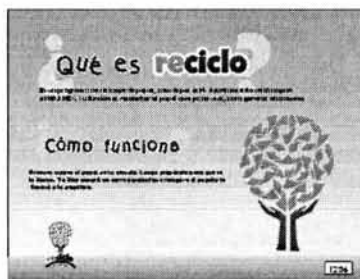
Anuncio espectacular terminado

Televisión

Su fin es informar a la sociedad del programa y los beneficios que conlleva, así como el informar de nuevas promociones y mostrar con imágenes lo que se hace en las escuelas.

Pensando en que sólo es local, se pensó en Musicanal para la publicación de esta información, pues es muy visto por los uruapenses y tiene la facilidad de acomodar la información de una manera atractiva; además, no es muy caro.

Las pantallas para Musicanal varían dependiendo de lo que se necesite; sin embargo, los datos que siempre debe llevar son: logos de COPAMEX, H. Ayuntamiento, del programa RECICLO y de la campaña; y los datos acerca de dónde obtener mayores informes.



Bocetos de pantalla

¿Sabías que reciclar una tonelada de papel equivale a salvar 17 árboles?

Es tiempo de hacer algo por **NUESTRO** planeta.

Un papel reciclado... es un árbol salvado.

Recicla papel

06:36 a.m.

Pantalla 1

La escuela que **MÁS** recicle ganará grandes **PREMIOS**

Ahora en tu escuela

Así que ya lo sabes amigo...
... a reciclar !!!

06:36 a.m.

reciclo

Proyecto de reciclaje de papel
Instituto Tecnológico de México, S.A. de C.V.
Instituto Tecnológico de México, S.A. de C.V.
Calle del Comercio No. 100
P.O. Box 10000 México, D.F. 06000
Tel: 56 23 10 00 00 Fax: 56 23 10 00 00
www.itec.mx

Proyecto de reciclaje de papel
Instituto Tecnológico de México, S.A. de C.V.
Instituto Tecnológico de México, S.A. de C.V.
Calle del Comercio No. 100
P.O. Box 10000 México, D.F. 06000
Tel: 56 23 10 00 00 Fax: 56 23 10 00 00
www.itec.mx

Pantalla 2

Jingle

Para la radio se desarrolló un *jingle*, porque viendo el público meta se pensó que una publicidad monótona no llamaría su atención. El *jingle* es una forma de publicitar o promocionar algo mediante una canción.

La letra de la canción se desarrolló con base en la idea de ayudar a salvar los árboles pues los necesitamos para vivir.

Se hizo una canción que llamara la atención a los niños por su ritmo, letra e interpretación.

El *jingle* que se realizó será usado en los reciclamóviles para comunicar a los profesores (mediante el sonido) que han llegado a recoger el papel.

El *jingle* dura 32 segundos y dice así:

Ahí ah...
daría todo por yo un árbol salvar
Oh oh.. recicla
Ahí ah... recicla papel,
Salva un árbol ya,
No lo pienses más
Oh oh... recicla.

Propuesta

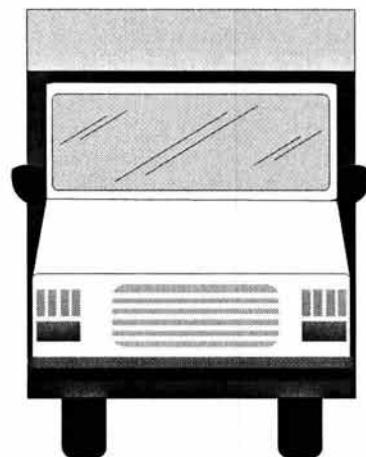


Portada del CD que contiene el jingle

Publicidad Móvil

El objetivo de una publicidad móvil es promover un producto o servicio por todos los lugares que recorre. Este caso no es la excepción, mas también tiene el propósito de identificar al reciclámóvil.

Para lograr estos cometidos, la publicidad utilizada en los costados del camión es la misma que la del espectacular (con el fin de unificar), mientras en la parte trasera tiene el logosímbolo del programa, de COPAMEX y del H. Ayuntamiento. La impresión es en selección de color para llamar la atención principalmente de los niños, y para ello la mascota realiza la mayor tarea.



Vista Anterior



Vista Posterior



Vista Lateral

Objetos utilitarios

Los objetos utilitarios en esta campaña cumplen la función de mantener en la mente de los niños que deben reciclar y, en algunos, el porqué. En cada objeto se maneja distintos elementos, porque cada uno tiene sus limitantes.

En la regla se utiliza el slogan, la cara de la mascota y el símbolo de reciclaje, pues el espacio disponible en una regla es muy pequeño. Por cuestiones de técnica de impresión, sólo se maneja dos colores: el negro y el verde, colores que sobresalen en la campaña.

En el lápiz se maneja diferentes frases impresas que hablan acerca del porqué se debe reciclar. El lápiz debe ser amarillo y la tinta de la impresión debe ser verde oscuro.

En el lapicero se maneja el slogan en negro, pues el atractivo de éste no es la frase sino el juego que tiene el lapicero, un laberinto por el cual se deslizan dos balines. Este lapicero se seleccionó por ser atractivo a la vista de los niños.

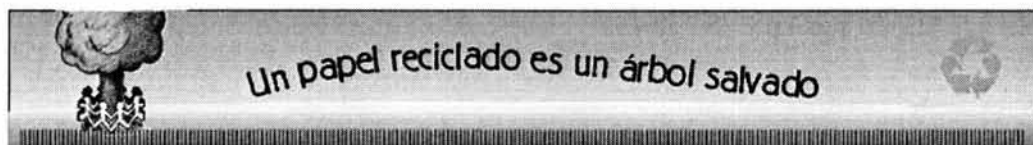
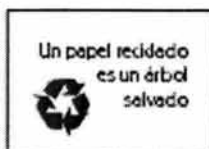
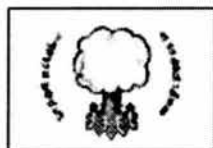
La goma tiene una gran limitante, el tamaño y, por lo tanto, el espacio. Pensando en ello sólo se usó la frase "Recicla papel" y la cara de la mascota, todo impreso a una tinta por cuestiones de economía y porque no tiene caso gastar más.

Por último, la libreta. En este artículo se trató de crear una portada agradable que lleve el mensaje de reciclar y que, por ser atractiva, sólo sea forrada con plástico. Para lograrlo, se cubrió la portada con la imagen de un cartel, pues sólo pretende mantener la idea del cartel en la mente de los niños.

Propuesta

¿Sabías que si reciclas papel evitas a cambio de clima en las ciudades?

Un papel reciclado es un árbol salvado



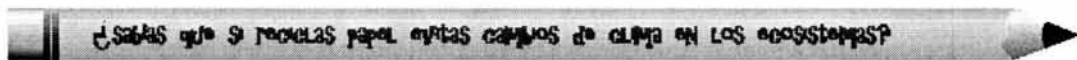
Primeras ideas y bocetos para objetos utilitarios



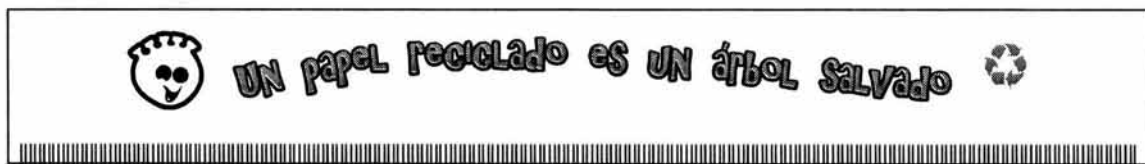
Goma



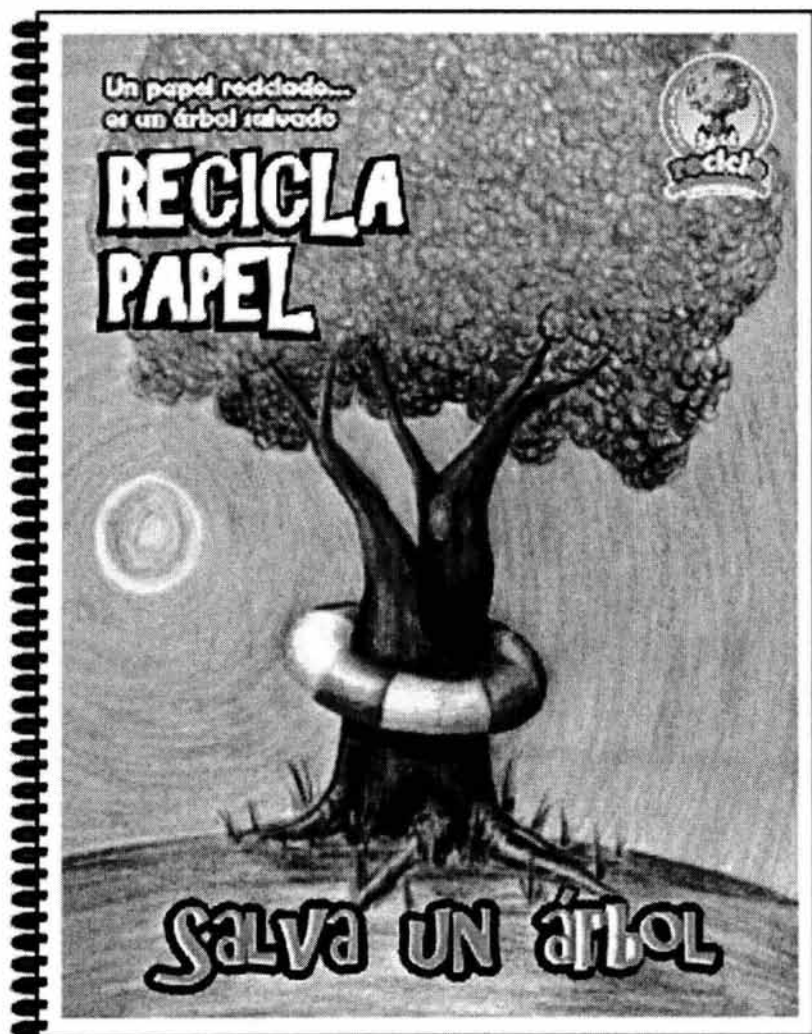
Lapicero



Lápiz



Regla



Estrategia de medios

Al crear un plan de medios se puede realizar un sin fin de combinaciones con ellos, manipular su alcance, su frecuencia y su temporalidad. La mezcla de estos elementos nos puede dar varios resultados atractivos. A continuación se describe la propuesta de esta tesis.

La duración de la campaña es de un ciclo escolar; esto, porque la campaña está pensada para ser lanzada dentro de las escuelas primarias (de gobierno, principalmente) y algunos medios fuera de ellas. Para los niños es mejor si se toma como parte de la enseñanza que obtienen de las escuelas, haciendo de éstas una especie de centros de acopio. Para ello es necesario el apoyo de directivos y maestros, pues se necesita que los maestros principalmente puedan orientar a los

niños acerca de qué tienen que hacer. Lograrlo requiere poner al tanto a los maestros y esto se logrará dando un pequeño curso en donde se hablará del reciclaje, de la importancia de reciclar y del programa que se lanzará en las escuelas. Este curso debe estar apoyado por la SEP, para que los maestros no puedan decir no a este tipo de actividades. Con este curso se comenzará la campaña; el curso se dará dentro de los tres días de curso que tienen los maestros antes de comenzar el ciclo escolar. Es importante decir que en el curso se hablará de un concurso mensual, en donde la escuela que recicle más (de la mejor forma) ganará una cantidad de distintos papeles para diferentes usos, cantidad que equivaldrá a un gran porcentaje del papel reciclado generado de la recolecta del mes.

Propuesta

Al término del curso, el maestro tendrá en sus manos la cartulina doble carta que contiene el cubo, la credencial, el calendario escolar y el separador.

A la dirección se entregará el primer cartel, los contenedores para colocar el papel y algunos objetos utilitarios para ser repartidos entre los niños. Al mismo tiempo, se comenzará a realizar la campaña por los 3 canales de Musicanal en distintos tiempos, para que la sociedad se vaya poniendo al tanto de lo que está pasando en las escuelas.

Todo el mes de agosto se mantendrá esos medios en activo, por lo que los niños comenzarán a hacer preguntas y se interesarán por el tema; en ese mes los maestros apoyarán dando la información que aprendieron en el curso, pues además tienen la motivación de querer ganar cada mes el concurso.

Para el mes de septiembre se colocará en las escuelas el cartel informativo con los pasos a seguir para tener listo el papel con las características adecuadas en los contenedores para cuando pase el reciclamóvil por ellos. Este cartel viene a dar una solución para la situación que se ve en el primer cartel. A medio mes, comenzará la primera recolección de papel, según la fecha marcada en el calendario escolar; en esta actividad se pesará el monto de cada tipo de papel y se llevará una tabla con el peso de cada escuela. Por cada 10 kilos de papel se entregará una calcomanía (en forma de árbol) a la dirección; esto ayudara a contabilizar más fácil al momento de decidir quién es el ganador. Además, si se colocan en la pared, los niños se pueden dar cuenta de qué tanto papel han reciclado a medida que pasa el tiempo. Al final del mes, viene la primera entrega de premio a la escuela que más recicló. Esto se hará cada mes.

En octubre se dará una postal a cada niño, la cual vendrá a reforzar el aprendizaje de en qué contenedor debe ir cada tipo de papel y una vez que el niño realice su actividad en la postal, tendrá su credencial que lo habilitará como miembro oficial del programa RECICLO.

En la primera semana de noviembre se sacará el anuncio espectacular (una vez que se esté llevando al cabo el programa en las escuelas) y durará todo el ciclo escolar. Este anuncio se colocará en la azotea de el establecimiento de las Novias Ariely ubicado en el Paseo Lázaro Cárdenas casi esquina con París, por ser un lugar con gran flujo de personas.

El cartel informativo se mantendrá en las escuelas por el resto del ciclo escolar, para que los niños no olviden cómo deben preparar el papel para ser recogido. Los otros carteles tendrán una du-

ración de cuatro meses, pues se debe tener en cuenta que en algunos periodos no hay clases por motivo de vacaciones, además, esto mantendrá la idea en los niños. Así el primer cartel estará de agosto a noviembre, el segundo de diciembre a marzo y el último de abril a julio.

El *jingle* se escuchará desde el primer día de recolección hasta finalizar el ciclo escolar, pues se utilizará en el reciclamóvil durante todo el tiempo de recolección de papel en cada escuela.

Para la publicidad en Musicanal se utilizará la estrategia de continuidad, pues se colocará un mes sí y otro no durante todo el ciclo escolar.

Los objetos utilitarios se entregarán cada fin de mes en las escuelas. Cabe aclarar que sólo se entregará cierta cantidad de objetos al (a) director(a) y éste(a) los dará a quien lo merezca.

Por último, los contenedores estarán durante todo el ciclo escolar.

Este plan deberá ser lanzado en el ciclo escolar 2004-2005, y mediante la marcha se verificará su eficacia.

Evaluación

Al final del ciclo escolar se realizará evaluaciones de distinta índole que nos ayudarán a comprobar si la campaña dio el resultado deseado.

La evaluación para verificar si se creó conciencia en los niños se verificará mediante sesiones de grupo en donde se hará preguntas respecto del tema; además se aplicará a grupos de niños las técnicas proyectivas, dentro de las cuales se realizará actividades como terminación de oraciones e imágenes, elabo-

ración de historietas, colocación de textos en globos de diálogo y pruebas de asociación.

Para comprobar si funcionó el programa de la manera que se esperaba, se consultará las cifras obtenidas en una evaluación periódica; esta evaluación recopilará la cantidad de papel que se recicló al final de ciertos meses. Las evaluaciones periódicas se realizarán en la última semana de diciembre, en la primera semana de abril y de julio. Se hará de esta manera para ver poder verificar datos importantes, como en qué mes se recicla más y menos papel, si los medios están siendo efectivos y para llevar un control por mes sin tener que dejar todo para el final.

La evaluación final, será realizada en la última semana de julio, y en ésta se concentrarán las evaluaciones periódicas y se verificará la eficacia del pro-

grama y la campaña de concientización de reciclaje en Uruapan, se mejorará aspectos y se analizará la situación durante cada mes para, de esta manera, continuar con el programa de reciclaje en las escuelas y en un futuro ampliarlo a otros sectores.

Contenedores

Los contenedores tendrán como fin ser usados en las escuelas para colocar los distintos papeles en su contenedor correspondiente y de esta manera, el reciclamóvil pase por ese papel ya separado por tipo.

Se pondrá estos contenedores en cada escuela y cada contenedor tendrá un color que tiene como función que los niños se den cuenta que los contenedores



son para distinto papel cada uno. Para dar un color a cada contenedor se eliminarán los colores usados en el sistema de separación de residuos ya antes mencionado (amarillo, azul, blanco, verde, gris, rojo y negro) esto para no confundir a los niños con los dos sistemas y para ellos se usaron los colores: rosa, café, naranja, violeta y beige. Los colores fueron elegidos por tener que ver con el tipo de papel al cual se fue asignado y porque dentro de la gama de colores no quedan muchos llamativos para los niños.

Los contenedores serán cajas en forma rectangular y cada uno será inde-

pendiente. Esto se realizó así por cuestiones ergonómicas, pues poner cada contenedor separado implica espacio suficiente para cada uno; así, independientes y en forma modular, se colocarán uno arriba de otro y ocuparán menos espacio y cuando se llegue el momento de llevarlos al reciclamóvil únicamente se separarán y se llevarán por separado.

El material de estos contenedores será plástico reciclado; plástico porque deben ser resistentes ya que van a estar todo el ciclo escolar.



Revistas



Periódico



Papel blanco



Papel de color



Cartón

Cada contenedor tiene una imagen con el tipo de papel que debe contener para ayudar a los niños a colocarlo.



Lateral izquierdo

Posterior

Lateral derecho

Anterior

Las cuatro caras de los contenedores cuentan con un diseño que las hace ver más atractivas

PRESUPUESTO

Para obtener el presupuesto final de la campaña se sacó la cantidad exacta de impresión en los diferentes medios y el costo del servicio en otros.

2000 folletos	\$ 5,000
4000 carteles (500 de c/u)	\$ 5,800
15,000 postales	\$ 18,000
1000 lapiceros	\$ 4,000
1000 lápices	\$ 4,000
1000 gomas	\$ 4,000
1000 reglas	\$ 4,000
1000 libretas	\$ 10,000
10 impresiones en móviles	\$ 20,000
1 espectacular	\$ 2,000
6 meses de publicidad en musical en los 3 canales	\$ 18,000
Transmisión de jingle en radio	\$ 12,000
1200 contenedores	\$ 80,000
diseño	\$ 20,000

TOTAL
\$ 224,800

El dinero para este proyecto se obtendrá en su mayoría de patrocinadores, los cuales podrán aportar su ayuda en especie o en metálico.

Entre los principales patrocinadores tenemos a Artifibras, INPAMEX, así como papelerías grandes en Uruapan, tales como Diardi o Súper papelera.

Para la producción de todo el material impreso se propone que Industrial Papelera Mexicana, S.A. de C.V. proporcione el papel reciclado necesario para llevar al cabo este proyecto.



Conclusiones

CONCLUSIONES

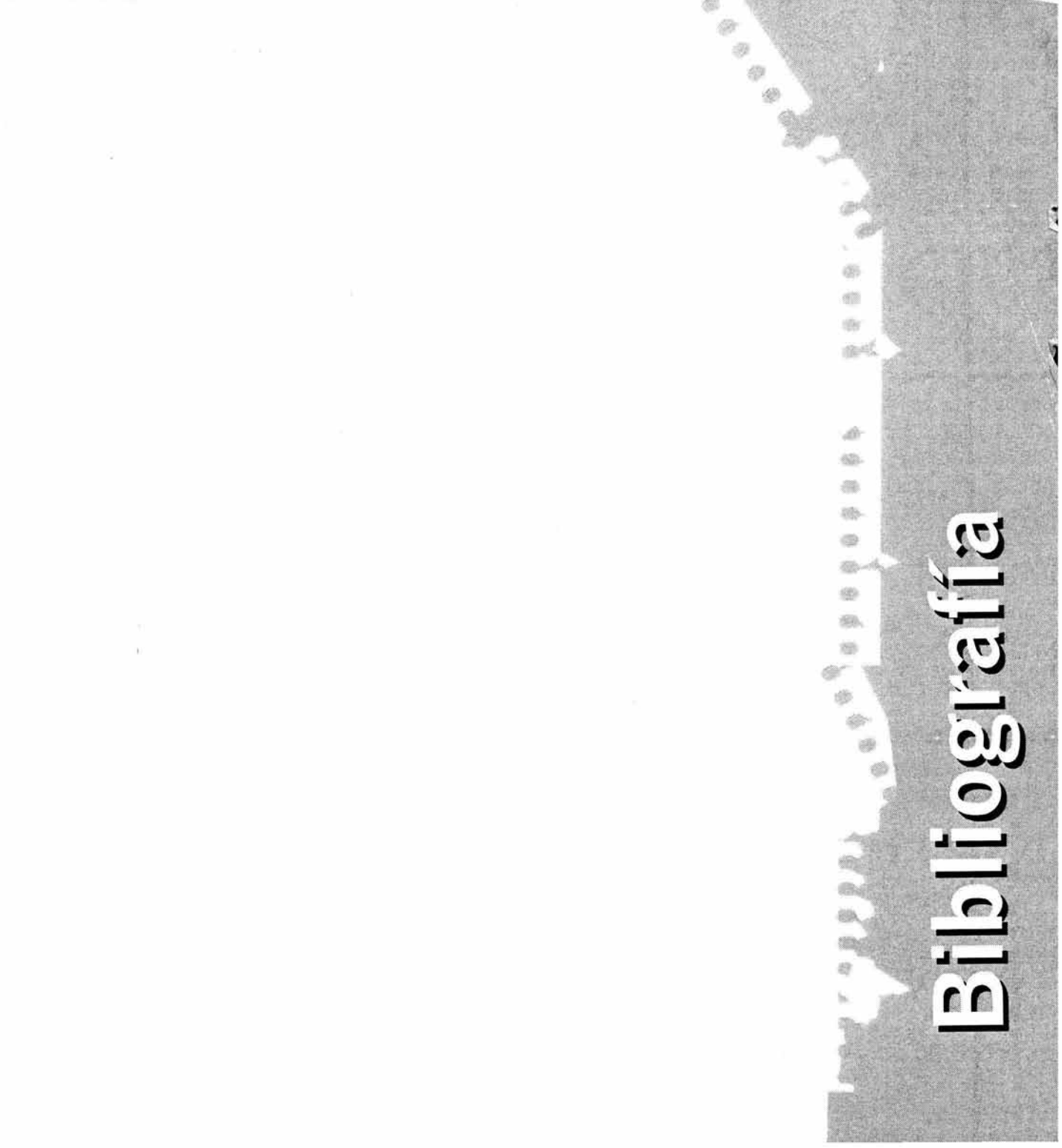
El diseño ha sido creado para solucionar muchos de los problemas de comunicación que existen entre los seres humanos, a pesar de que cada uno de nosotros tenga una manera distinta y única para expresarse; mediante gráficos, todo es más sencillo, más concreto...

En estos tiempos el diseño puede llegar a donde uno ni idea tiene. Está preparado para resolver cualquier necesidad que surja en su camino; un buen ejemplo de ello está en esta tesis, cuyo tema central es el reciclaje, y en la cual se trata de apoyar mediante las distintas herramientas que ofrece el diseño al mantenimiento de éste, el único mundo que tenemos.

Dar una solución al problema de la falta de conciencia sobre la importan-

cia del reciclaje, no solo incumbe a sectores financieros, sociales y ambientales; también es importante el apoyo del sector de la comunicación visual para llegar a públicos específicos satisfactoriamente.

En el desarrollo de esta tesis se encontró diferentes posibilidades gráficas de solución a este problema (CD y libro interactivos, historieta y campaña publicitaria); se trabajó con la más viable para la situación de Uruapan, Michoacán, que fue la campaña de concientización, por razones que el texto explica suficientemente. Con ello, se puede constatar que la comunicación gráfica es importante en cualquier campo, y sobre to-



Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

Hernández Fernández, Claudia. *Reciclaje de Residuos Sólidos Municipales*
Ed. México UNAM 1997

Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual*
Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona
1990

O'Guinn, T. C., et al, *Publicidad y comunicación integral de marca*
2da edición. Internacional Thompson Editores, S.A. México
2002

Rivero Serrano, Octavio de. *Los Residuos Peligrosos en México*
UNAM México 1999

En internet:

[http:// recicla.netfirms.com](http://recicla.netfirms.com)

[http:// www.buenosdiasplaneta.org](http://www.buenosdiasplaneta.org)

[http:// www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

[http:// www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx)

CRÉDITOS de imágenes

- | | | | |
|---|--------------------------------|----|---|
| 1 | revista matiz no. 2
pag. 41 | 10 | www.semarnat.gob |
| 2 | www.hspn.harvard.edu | 11 | www.semarnat.gob |
| 3 | www.hspn.harvard.edu | 12 | tomada por el autor |
| 4 | www.semarnat.gob | 13 | tomada por el autor |
| 5 | http://www.uned.es | 14 | http://escuelas.consumer.es |
| 6 | collage | 15 | www.aguamarket.com |
| 7 | www.accionempresarial.cl | 16 | www.repamar.org |
| 8 | http://mp3.swissinfo.org | 17 | el mundo de los niños
tomo 8. Pág. 113 |
| 9 | www.repamar.org | 18 | http://utenti.lycos.it |

- 19 www.papelnet.cl
- 20 www.co.washington.or.us
- 21 www.papelnet.cl
- 22 <http://escuelas.consumer.es>
- 23 <http://web.sbu.edu>
- 24 <http://kzw.walmart.cz>
- 25 www.maulec.com.mx
- 26 <http://at.com.mx>
- 27 www.aguacalientes.gob.mx
- 28 <http://ific.uv.es>
- 29 www.repamar.org
- 30 www.casapaz.cl
- 31 www.pr.nrcs.usda.gov
- 32 www.pr.nrcs.usda.gov
- 33 <http://centruss.pntic.mec.es>
- 34 www.accionempresarial.cl
- 35 www.csus.edu
- 36 tomada por el autor
- 37 tomada por el autor
- 38 tomada por el autor
- 39 www.paveca.com.ve
- 40 www.epa.gov

- 41 tomada por el autor
- 42 postal boomerang belgica
- 43 marketing design 33
- 44 postal split méxico
- 45 marketing design 33
- 46 postal inglesa
- 47 www.hugoboss.com
- 48 postal escaparate méxico
- 49 www.nationalgeographic.com
- 50 <http://kzw.walmark.cz>
- 51 postal escaparate méxico
- 52 www.diseñooversatil.net
- 53 ilustración del autor
- 54 postal escaparate méxico
- 55 www.aaa.com
- 56 www.compuservice.net
- 57 <http://escuelas.consumer.es>
- 58 www.hugoboss.com
- 59 Cartel (hematoma)
autor: Roger
- 60 www.recilat.es
- 61 postal escaparate méxico
- 62 <http://www.uned.es>

- 63 www.compuservice.net
- 64 <http://escuelas.consumer.es>
- 65 www.repamar.org
- 66 tomada por el autor
- 67 Postal (hematoma)
Serie: Los derechos de
la ntza.
- 68 postal escaparate méxico
- 69 logotipo creado por el autor
- 70 postal edgar medien ag alemania
- 71 www.copamex.com.mx