

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Comunicación en tiempo de pandemia como parte de un
Sistemas de Alerta Temprana

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciada en Diseño y Producción Audiovisual

Presentado por:

RITA MERCEDES GONZALEZ PINCAY

MELISSA DAYANARA MERA CAMBI

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedicamos a nuestros padres
por habernos proyectado como las personas
que somos en la actualidad,
muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes,
entre los que se incluye este.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros más sinceros agradecimientos a la ESPOL
y a todos los docentes de FADCOM,
quienes nos formaron académicamente.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Rita Mercedes Gonzalez Pincay – Melissa Dayanara Mera Cambi* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Rita Mercedes
Gonzalez Pincay



Melissa Dayanara
Mera Cambi

EVALUADORES



Ronald Villafuerte

PROFESOR DE LA MATERIA



José Daniel Santibáñez

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad utilizar el lenguaje audiovisual, a través de la infografía como herramienta proporcional, mediante la realización de un video de animación que aborde la reflexión durante la emergencia sanitaria, para desarrollar acciones de protección ante brote de pandemias como el Coronavirus.

Para su elaboración se utilizaron diferentes recursos, técnicas de iluminación, planos, corrección de color en entrevistas y edición acorde a la voz en off en la animación lo permitirá mantener enganchados a los espectadores.

Al finalizar este proyecto, como resultado se generó un producto audiovisual infográfico que abordó temas informativos y recursos narrativos que ayudará a la ciudadanía a mantenerse instruido con información confiable. Adicional se espera generar en el espectador confiabilidad en redes sociales.

De esta forma se puede demostrar que la infografía es la representación informativa que se usa como una estrategia visual que facilita la memorización del tema.

Palabras clave: Infografía, informar, producir, Covid 19.

ABSTRACT

The purpose of this project is to use audiovisual language, through infographics as a proportional tool, by making an animation video that addresses reflection during the health emergency, to develop protective actions against outbreak of pandemics such as the Coronavirus.

For its elaboration, different resources were used, lighting techniques, plans, color correction in interviews and editing according to the voice-over in the animation will allow it to keep the viewers hooked.

At the end of this project, as a result, an audiovisual infographic product was generated that addressed informative topics and narrative resources that will help citizens to stay educated with reliable information. Additionally, it is expected to generate trust in the viewer in social networks.

In this way it can be shown that the infographic is the informative representation that is used as a visual strategy that facilitates the memorization of the subject.

Keywords: *Infographics, inform, produce, Covid 19.*

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	II
RESUMEN	I
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
CAPÍTULO 1	1
<i>Introducción</i>	1
1.1. Descripción del problema	1
1.2. Justificación del problema	2
1.3. Objetivos	2
1.3.1. Objetivos Generales	2
1.3.2. Objetivos Específicos	2
1.4. Marco Teórico	2
1.4.1. Comunicación de riesgos	2
1.4.2. Sistemas de alertas tempranas	3
1.4.3. La infografía digital	3
1.4.4. Comunicación en tiempos de pandemia	3
1.4.5. Covid-19	4
CAPÍTULO 2	6
2 Metodología	6
2.1. Tipo de investigación: cuantitativa	6
2.1.1. Tipo de producto: Infografía digital	11
2.2. Pre-Producción	12
2.2.1 Guion	12
2.3. Producción	15
2.3.1. Equipos de producción	15
2.3.2. Duracion de la producción	16

2.4. Post Producción.....	17
2.4.1. Montaje.....	17
2.4.2. Animación.....	17
2.4.3. Sonorización.....	18
CAPÍTULO 3.....	18
3 Resultados y Análisis.....	17
CAPÍTULO 4.....	199
4 Conclusiones y Recomendaciones.....	20
4.1. Conclusiones.....	20
4.2 Recomendaciones.....	20
4.2.1 Recomendaciones de la infografía (producto final).....	20
4.2.2 Recomendaciones en la producción.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	212
Bibliografía de imágenes.....	23
APÉNDICES.....	24
Presupuesto.....	24
Presupuesto.....	25

ABREVIATURAS

COVID-19	Corona Virus Disease 2019
OMS	Organización mundial de la Salud
OPS	Organización Panamericana de la Salud
SARS-CoV	Síndrome respiratorio agudo severo
MERS-CoV	Síndrome respiratorio de Oriente Medio
COE	Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias
SAT	Sistema de Alerta Temprana
ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
UCI	Unidad de Cuidados Intensivos
UBP	Unidad de Bienestar Politécnico

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1.1 Las redes sociales herramienta clave durante la pandemia
- Figura 1.2 Ilustración COVID- 19
- Figura 2.3 Entrevista a experto 1: Ing. Jeremy Ger
- Figura 2.4 Entrevista a experto 2: Ing. Angel Valdiviezo

INDICE DE GRÁFICOS

- Figura 2.1 Gráfico de edades
- Figura 2.2 Activación de concientización en jóvenes
- Figura 2.3 Los jóvenes son pieza clave para difundir información a personas vulnerables
- Figura 2.4 Aceptación del público relacionado con el sistema de alertas
- Figura 2.5 Las personas normalmente se mantienen informados en redes sociales
- Figura 2.6 Facebook es la red social que más usan los jóvenes para informarse
- Figura 2.7 Las personas están dispuestas a ver un video infográfico que anuncie posibles brotes en redes sociales

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN:

La infografía es una técnica audiovisual creativa capaz de comunicar información, de forma clara y precisa, con elementos visuales fascinantes que impactan al espectador. Con el pasar del tiempo, se ha ido adaptando, poco a poco, cubriendo una necesidad de captar la atención en redes sociales. Para la realización de esta representación visual, se usará recursos como imágenes sintéticas, explicativas, textos e ilustraciones, con el fin de comunicar información, de manera visual, acerca de los sistemas de alertas de pandemias.

La comunicación en redes sociales tiene poder para cambiar las conductas de las personas; se han posicionado como medios para mejorar el estilo de vida. Actualmente, las redes han probado cómo la pandemia por coronavirus ha causado profundas variaciones en el funcionamiento de la sociedad y en las conductas de las personas.

Por esta razón, la comunicación y la producción audiovisual, tienen como propósito reflejar la creación de una infografía animada que logre una comunicación exitosa, con el uso de recursos que agreguen credibilidad, para su difusión en plataformas digitales.

1.1 Descripción del problema

Al tiempo que el coronavirus se descontrolaba en Ecuador, también lo hacía la desinformación. Los contenidos falsos sobre COVID-19 llegaron incluso antes que la propia pandemia. En redes sociales circulaban videos sobre supuestas medidas de prevención, pero no todas eran verídicas. El principal medio utilizado hoy en día son las redes sociales, canal por el cual las personas observan los contenidos publicados por páginas, en algunas ocasiones con noticias falsas y otras reales. Por esta razón, internet es un medio de intercambio entre la audiencia y el creador de contenido.

Es aquí donde se manifiesta la obligación de crear un video infográfico como estrategia de comunicación, que permita difundir la prevención de un brote de pandemia, como la del COVID-19, mediante un plan de contingencia.

1.2. Justificación del problema

Actualmente, la infografía es la técnica audiovisual más utilizada por las redes sociales. Los creadores de contenido construyen productos audiovisuales, explicando temas de forma clara, concisa y visual, para llegar al público rápidamente. Es útil a la hora de divulgar hechos en redes sociales.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un sistema de alerta a través de una infografía audiovisual para el conocimiento y prevención de pandemias como el COVID-19, en la ciudadanía.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar la información del sistema de alerta, entre ellos los componentes de un sistema de alertas y las medidas de protección por medio de animaciones y gráficos animados.
- Conocer las experiencias positivas, negativas y las medidas que han tomado los comunicadores de riesgo para controlar la situación, mediante entrevistas a expertos en procedimientos de riesgos.
- Desarrollar mensajes claves sobre los sistemas de alerta temprana para difundirlos a través de plataformas digitales.

1.4. Marco teórico

1.4.1 Comunicación de riesgos.

La comunicación de riesgos contribuye a tomar decisiones estratégicas lo más rápido posible, en cualquiera de las fases de emergencia y responde acciones incontroladas en el impacto de salud pública. (Brennan, Bryana, & Gutiérrez Vilma 2011 pág. 1 – 3)

La OPS colaboró con países latinoamericanos tomando en cuenta las etapas de estrategia de la comunicación de riesgos como las planificaciones de preparación, respuesta, control, recuperación y evaluación de una emergencia con impacto en la salud

pública. De la mano de los gobiernos, tomando decisiones de distanciamiento social, adquisición de medicamentos, materiales sanitarios, difusión de medidas y cuidados. (Departamento de Comunicación Global de las Naciones Unidas)

1.4.2 Sistemas de alertas tempranas

Los sistemas de alertas tempranas (SAT) son elementos primordiales para restringir los riesgos de desastres. Su propósito principal es autorizar a los receptores de decisión, entes y sociedades que confrontan una advertencia, para que ejecuten acciones con tiempo y de forma adecuada para impedir amenazas previsibles con fin de alertar a la población. Como es el caso de la pandemia COVID-19, la ONU da respuestas de mejoría ante la emergencia, consiguiendo disminuir perjuicios e impactos sociales y ayudando a reducir la vulnerabilidad de la población. (Damman, G 2008 pág. 70 – 71)

1.4.3 La infografía digital

La infografía se basa en el uso de gráficos en el marketing online de los últimos años. Se caracteriza por el uso de gráficos en diferentes formatos. Una infografía utiliza señales visuales para comunicar información que presenta un cierto nivel de análisis. (Jason Lankow – Josh Ritchie – Ross Crooks, 2012 – 2013 pág. 20)

Con la infografía se hace posible la comprensión de los acontecimientos, acciones o elementos de la actualidad que se relatan o algunos de los aspectos más significativos que cumplan los principios de utilidad. En otras palabras, la infografía digital interactiva es un recurso informativo de soporte y confección electrónicos, desarrollada con la intención de ser útil a la comunicación y dotada en propiedades y características visuales. (José Luis Valero Sancho, 2001 pág. 199 – 201)

1.4.4 Comunicación en tiempo de pandemia

Las redes sociales tienen influencia para cambiar el proceder de las personas para enriquecer sus modos de comportamiento. En tiempo de pandemia ha desafiado una tarea trascendental en el desarrollo de la emergencia sanitaria, con acontecimientos positivos y negativos. Actualmente, las redes sociales se convirtieron en un gran medio para seguir cerca de las personas, y poder llevarles información relevante y confiable, ya que es la primera vez que una pandemia tiene alta cobertura con internet, dispositivos

electrónicos y gran cantidad de espectadores en esta última década. (Kouzy, Abi Jaoude, & Kraitem, 2020)

Figura 1.1: Las redes sociales herramienta clave durante la pandemia



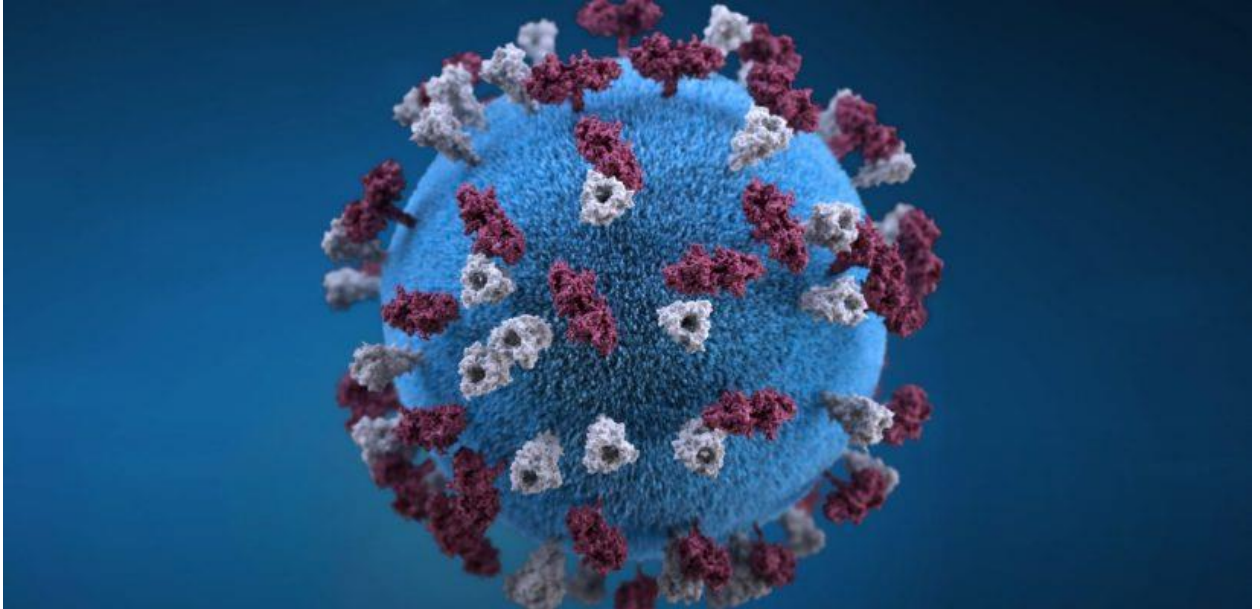
Maceira, J. (2020). Ilustración de COVID-19: Gestión de Social Media en tiempos de pandemia

1.4.5 Covid-19

Covid-19 Coronavirus Disease 2019; declarado por la Organización Mundial de la Salud pandemia, es una enfermedad respiratoria que se puede transmitir de persona a persona. El virus que causa la COVID-19 es un nuevo coronavirus que se registró por primera vez en Wuhan, China.

La transmisión del SARS-CoV-2 se ocasiona mediante contacto directo de individuo a individuo. Los síntomas suelen aparecer a los catorce días, con un promedio de cinco días después de la exposición al virus. Durante el periodo pre sintomático algunas personas infectadas pueden contagiar a las demás desde uno a tres días antes de la aparición de los síntomas. Es considerable conocer que en el contagio pre sintomático el virus también se transmite a través de gotículas respiratorias o por relación directa o indirecta con fluidos corporales de personas infectadas. También hay casos asintomáticos de los cuales no muestran síntomas a pesar de estar infectados por el SARS-CoV-2. (Javier Salinas, 2020)

Figura 1.2: Ilustración COVID-19



Cita: Urrutia, E. (2020). COVID-19 y la política de la cancelación

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación: cuantitativa

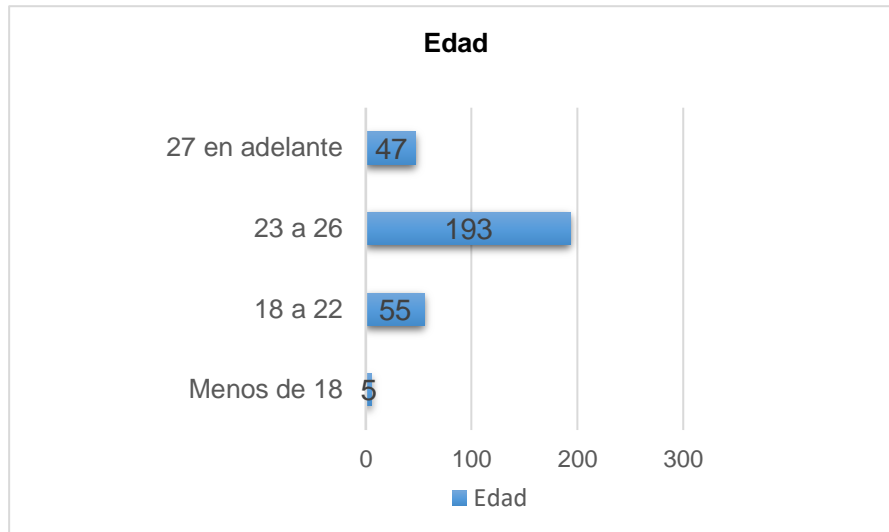
Se elaboró una encuesta donde los encuestados afirmaron que utilizan los medios de comunicación digitales de forma muy pareja, es decir optan navegar en las redes sociales para informarse.

Se utilizó metodología cuantitativa, ya que se necesitó validar el porcentaje de personas que se sienten dispuestos a ayudar a los grupos más vulnerables con información de fuentes confiables en redes sociales, en la cual se desarrolló un cuestionario que tomó en cuenta los siguientes factores:

- Importancia que tienen las redes sociales durante el tiempo del COVID-19.
- Red social que más se utiliza como medio de comunicación sobre noticias del COVID-19.
- Tipo de contenido informativo para mantenerse informado en caso de que haya posibles brotes.
- Tipo de contenido para brindar información en redes sociales sobre sistemas de alerta ante una amenaza de pandemia.

La encuesta realizada en línea y dirigida al público en general, constó de 8 preguntas de diferentes edades (El 15% de 27 años en adelante, el 64.8% entre 23 a 26 años y el 17.8% entre 18 a 22 años).

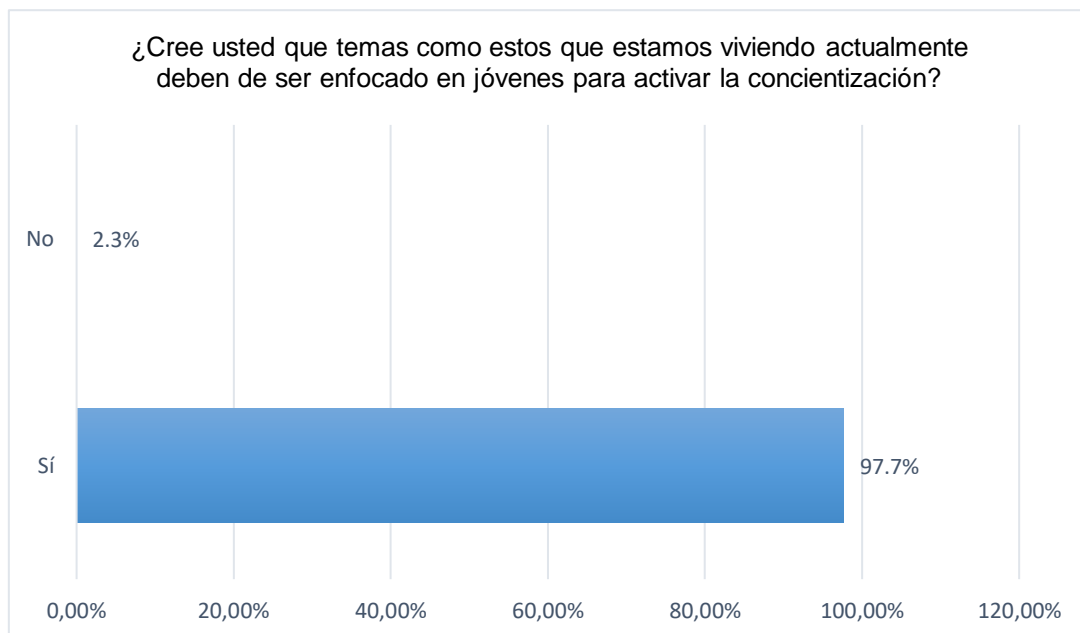
Gráfico 2.1: Gráfico de edades



Elaboración Propia

Entre los resultados obtenidos están: El 97,7% de las personas encuestadas están de acuerdo que temas como estos deben de estar enfocados en jóvenes entre 18 a 26 años, para activar su concientización frente a la pandemia ya sea para ayudar a grupos vulnerables o simplemente brindar información de cuidados que deben de tener ellos mismos.

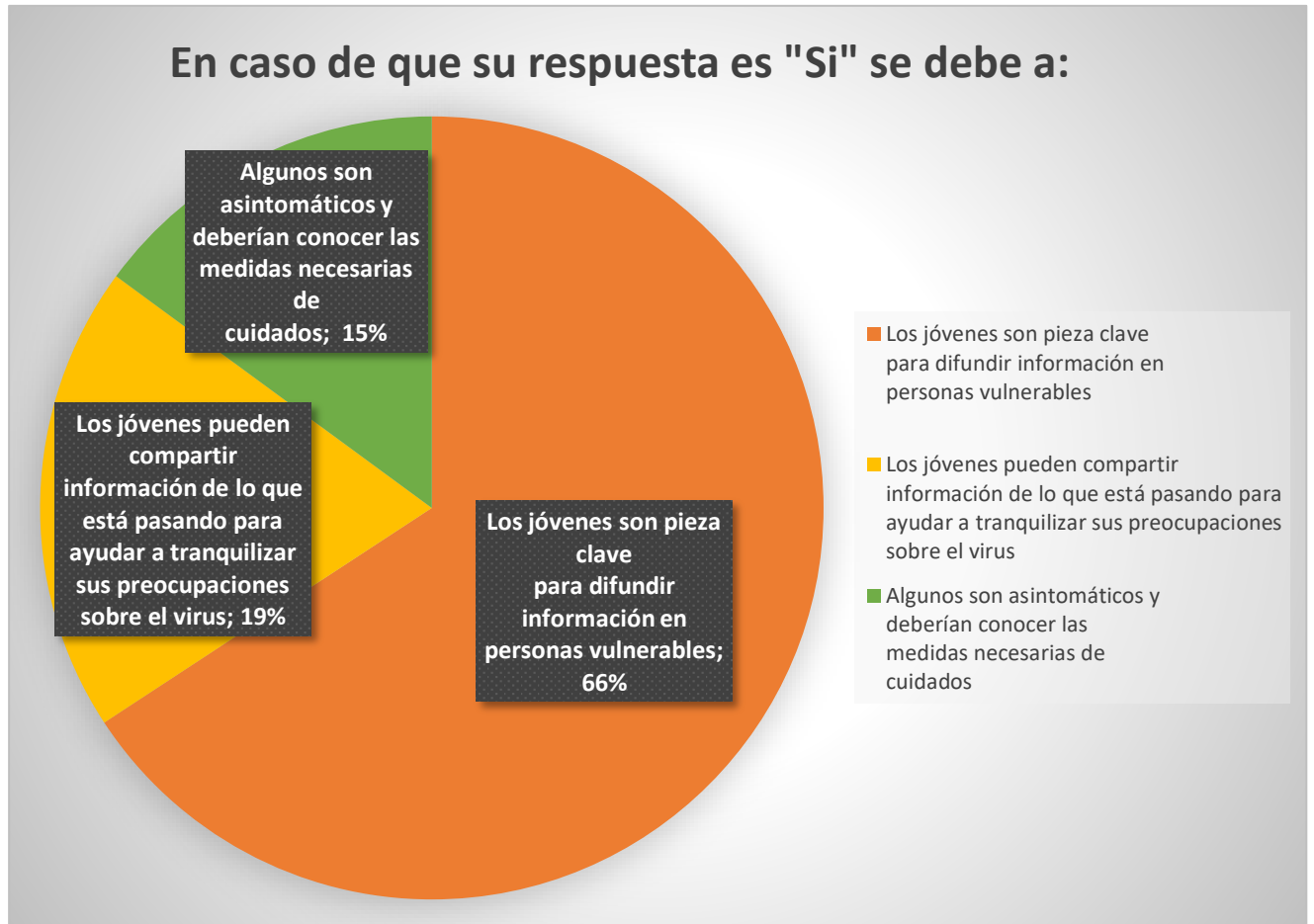
Gráfico 2.2: Activación de concientización en jóvenes



Elaboración Propia

Respuesta a pregunta:

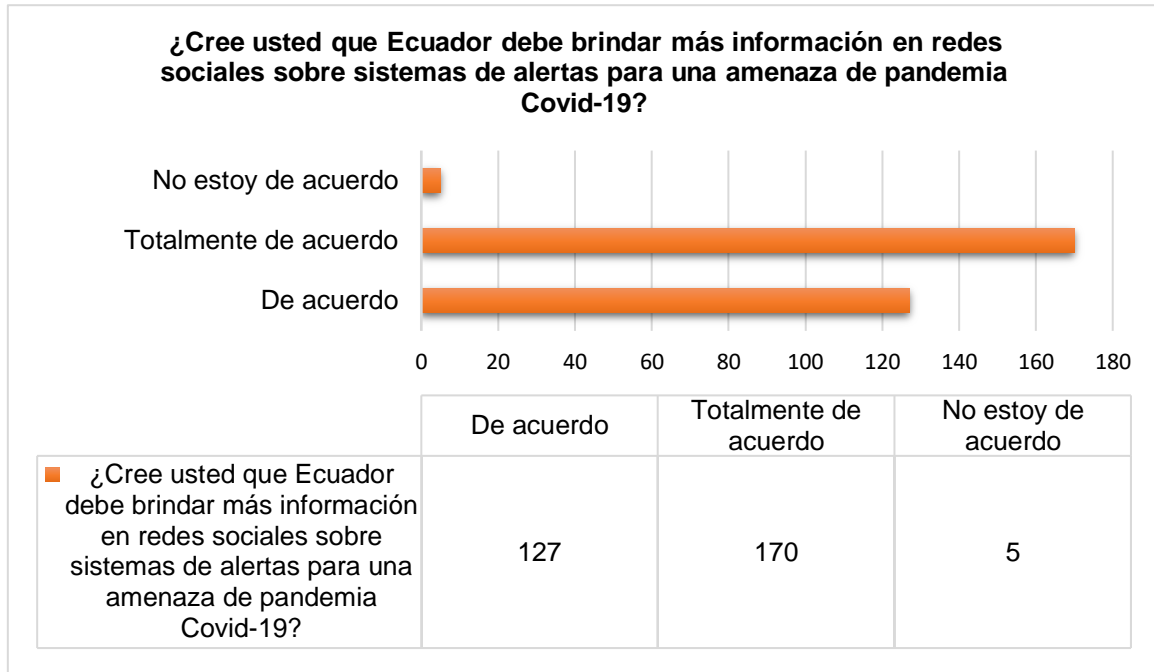
Gráfico 2.3: Respuesta a pregunta anterior



Elaboración Propia

Pregunta 3: Aceptación del público relacionado con el sistema de alertas

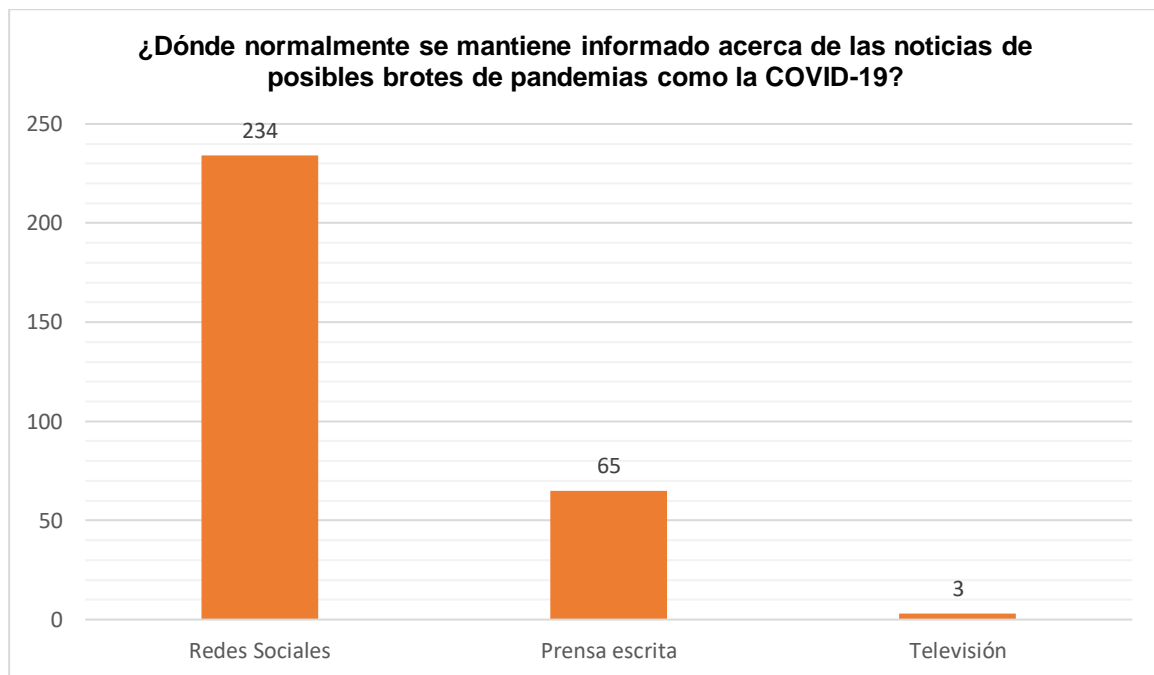
Gráfico 2.4: Aceptación del público relacionado con el sistema de alertas



Elaboración Propia

Pregunta 4: ¿Dónde normalmente se mantiene informado acerca de las noticias de posibles brotes de pandemias como la COVID- 19?

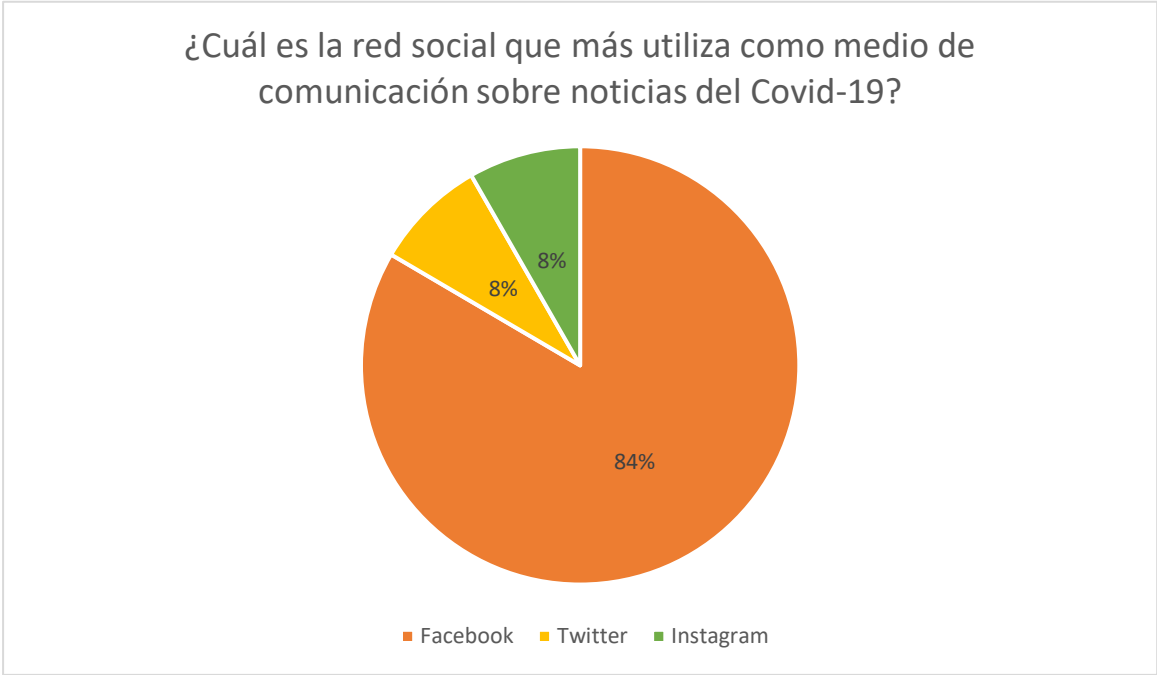
Gráfico 2.5: Las personas normalmente se mantienen informados en redes sociales



Elaboración propia

Pregunta 5: ¿Cuál es la red social que más se utiliza como medio de comunicación sobre noticias del COVID- 19?

Gráfico 2.6: Facebook es la red social que más usan los jóvenes para informarse



Pregunta 6: ¿Qué tipo de contenido están dispuestos a ver?

Gráfico 2.7: Las personas están dispuestas a ver un vídeo de infografía digital que anuncie posibles brotes de la pandemia en redes sociales.



Elaboración propia

La última pregunta de la encuesta refleja que los ciudadanos de Guayaquil están dispuestos a ver una infografía digital que anuncie posibles brotes, ya que al tener más aceptación se debe de aprovechar esta situación para implementar estrategias de difusión en redes sociales.

2.1.1 Tipo de producto: Infografía digital

Para la elaboración de este proyecto integrador se ha procedido a tomar en cuenta las siguientes etapas de la producción: preproducción, rodaje, edición y montaje.

Se planificó una reunión con una experta en comunicación de riesgos para comprender del tema, se desarrolló un storyboard, se escribió un guion literario, se realizó el animatic y se diseñaron personajes.

En la narración del video informativo se realizaron entrevistas a expertos, utilizando planos medios y primeros planos en locaciones cerradas. Además se utilizó voces en off en la narración de la historia animada, para generar en los espectadores concientización.

2.2 Pre-Producción:

2.2.1 Guion

Introducción

Al principio se escuchaban curiosidades del brote en China, mientras las naciones se dieron cuenta que la pandemia cruzaba sus fronteras...

Ignoraron la fuerza que tenía el virus, y no tomaron medidas rápidas para controlar y cuidar.

El riesgo era desconocido, se presentaron una serie de reacciones en la población a considerar por los comunicadores de riesgo entre ellos se destacan:

SENTIMIENTOS DE INCERTIDUMBRE.

VULNERABILIDAD.

MIEDO.

INCREULIDAD.

RECHAZO DE INFORMACIÓN.

Pero... ¿Qué medidas han tomado los comunicadores de riesgo para controlar esta situación? Veamos los cuatro componentes de un sistema de alertas:

- El análisis del riesgo
- Control o monitoreo
- Recuperación
- Evaluación

1. Análisis del riesgo

En esta etapa el equipo de comunicación de riesgos, hacen las investigaciones y se planifican las medidas de respuesta para los escenarios que se ha previsto atender durante la evolución de una emergencia sanitaria.

(Voz en off)

Joel mientras camina por las calles de la ciudad con su celular en la mano, observa noticias sobre propagación de la pandemia COVID-19, sin importar lo que sucede en su alrededor va a su casa y enciende la televisión, escucha noticias sobre propagación del virus, sin embargo, no hace caso, en la tv se ve las cadenas de noticieros sobre los picos altos y los picos bajos, pero se niega en seguir los pasos.

Etapas del Control o monitoreo

La población escucha con más atención y se corrige los rumores, las informaciones incorrectas. Centrados en ayudar a la población a entender de manera adecuada sus propios riesgos, para que pueda tomar las decisiones apropiadas y oportunas.

Voz en off

Joel observa a personas que usan mal las mascarillas, muchos guantes, o querer andar con los trajes de bioseguridad cuando no se los necesita. Joel acude a fiestas, sale con amigos y hace uso indebido de las medidas de seguridad.

Recuperación:

El equipo de comunicación debe mantenerse en la entrega de mensajes claves a la población, en especial a la más afectada o vulnerable, para reforzar los mensajes de prevención y persuadirlos de continuar con las orientaciones sanitarias. La etapa de recuperación aborda con mayor precisión las causas que originaron el evento de salud y los probables nuevos riesgos que puedan surgir.

(Voz en off)

Al día siguiente Joel es trasladado a una casa de salud con complicaciones en su salud, mientras los doctores lo atienden, le realizan chequeos y exámenes y le dan a conocer que tiene

COVID-19. Es trasladado a la sala (unidad de cuidados intensivos (UCI)) del hospital, le dan cuidados de respiración, pasan los días y logra curarse, los doctores le informan cómo recuperarse, también le advierten sobre las causas de un posible brote si no sigue las medidas necesarias.

Evaluación:

La etapa de evaluación permite entonces efectuar una auditoría de las actividades, comprende la conceptualización, el diseño, la ejecución y la utilidad de las intervenciones de la comunicación de riesgos, las medidas que son divulgadas comienzan con su funcionamiento correcto.

(Voz en off)

Mientras se recupera los familiares del chico toman las medidas de cuidados de higiene más estricta, conversa con sus amigos y sus amigos también comienzan a tener más precaución. El distanciamiento y el toque de queda son lo más complicado pero lo más necesario.

Mientras se realizó la preproducción se ejecutó a entender la idea, para lo cual se planificó investigar temas de carácter científico, lo que corresponde el Sistema de Alerta Temprana, que dirigirán a la animación tomando en cuenta el mensaje a difundir, por lo que:

- Se desarrolló una investigación sobre la comunicación de riesgos y sistema de alertas temprana.
- Se sintetizó en un informe las observaciones visuales.
- Se procedió con la realización de un storyboard.
- Se desarrolló la narrativa de la historia a contar en la animación audiovisual.

2.3 Producción:

Luego de las observaciones visuales se comenzó con la elaboración de los diseños de personajes que conlleva la historia del personaje principal (millennial irresponsable), personas secundarias (comunicadores de riesgos), la información de los sistemas de alerta temprana y la planificación de las preguntas a realizar en las entrevistas a los expertos.

Para el diseño de esta creación de personajes, nos hemos basado en referencias de animaciones de infografías que provee la OPS que representan COVID-19, tomando en cuenta las medidas que puede tomar para protegerse que sean respuestas claves para sintetizar las probabilidades de que las personas se contagien y calmar la propagación del virus.

Se procedió a pintar digitalmente los vectores, el criterio principal de selección de paleta de color son colores que pertenecen al branding del sector sanitario, posteriormente se empezó a desarrollar los movimientos de personajes y fondos en base a la secuencia animada.

2.3.1 Equipos de producción

Se realizó las entrevistas a los expertos en información de riesgos en base a la planificación del storyboard, que servirán de referencia visual para el rodaje, se tomaron en cuenta la vigilancia de la iluminación, sonido de ambiente, buena postura, tono de voz y mantener la mirada a la cámara.

Para la producción y grabación de las entrevistas se utilizaron dos cámaras DSLR Nikon 3500, con objetivos 18-55 mm y un objetivo zoom de 55-200 mm. Para que las tomas sean estáticas se utilizó trípodes.

Se necesitó el uso de una grabadora de audio (Zoom) en conjunto con micrófonos unidireccionales corbateros, y para su funcionamiento el uso de baterías 2A.

2.3.2 Duración de la producción

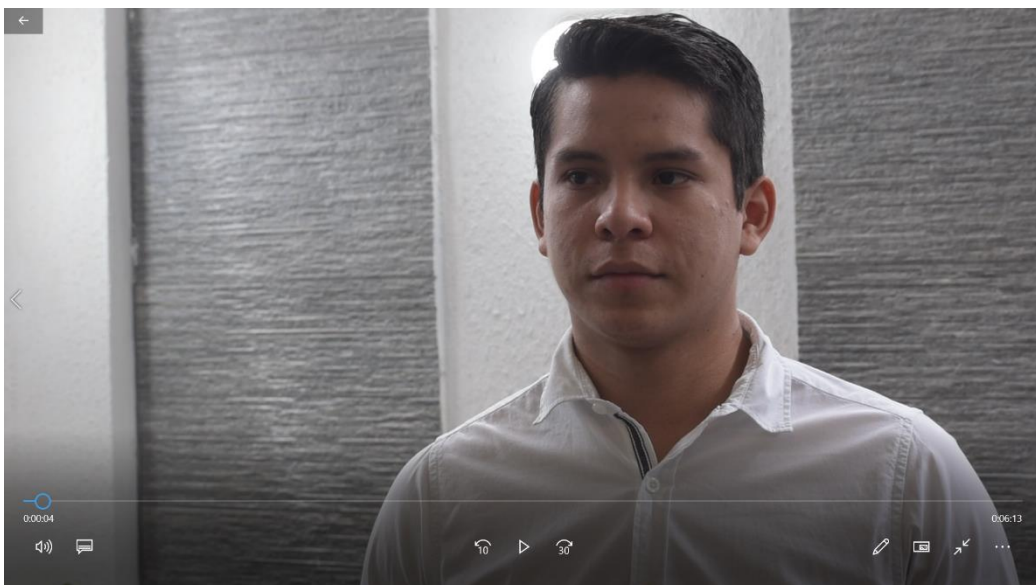
La producción tuvo una duración de 2 meses aproximadamente.

Figura 2.3: Entrevista a experto 1



Elaboración propia

Figura 2.4: Entrevista a experto 2



Elaboración propia

2.4 Post Producción

2.4.1 Montaje

Primero se hizo la exploración de todo el material grabado en las entrevistas, suprimiendo las tomas que no sirven por razones de errores en el lenguaje corporal y de expresiones que no favorecen. Asimismo, se hizo la elección de los mejores audios grabados para luego empatarlos con las tomas. Para la edición se utilizó el programa Adobe: Premiere Pro CC 2018.

2.4.2 Animación

Se hizo uso de animaciones en todo el vídeo para realizar la narración del personaje y la información del Sistema de Alerta, como nuestro proyecto requiere de infografías, textos y gráficos, integramos desarrollar estructuras para enaltecer el vídeo completo. Se utilizó Adobe After Effects CC 2018.

2.4.3 Sonorización

Se utilizó Logic Pro para la edición de ruido ambiental y de los audios. También se aplicó músicas libres de derecho de autor, descargadas de Free Music Archive para definir la armonía de la banda sonora del vídeo.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Con este trabajo se determinó que las redes sociales tuvieron una gran influencia en la sociedad en tiempos de pandemia, lo que provocó que las personas compartieran información. Se reflejaron efectos adversos acerca del exceso de información, como los sucesos falsos, lo que generaban en las personas intranquilidad y depresión, entre otros. No obstante, también se presentaron efectos afirmativos, como la posibilidad de informarse de fuentes confiables como las cuentas de organizaciones gubernamentales y cadenas de televisión de Ecuador. Los jóvenes entre 18 a 26 años afirmaron que Facebook y Twitter han procurado enfrentarse al incontable exceso de información falsa, puesto que al escribir COVID-19 en el buscador, sugiere páginas oficiales para informarse.

El vídeo infográfico está basado en información de posibles brotes, prevención, entrevistas a expertos de riesgos y salud dirigida en conocimientos de sistemas de alerta temprana, como estrategia de comunicación, que les permita a los ciudadanos de Guayaquil compartir en sus redes sociales.

Con el producto audiovisual se pretende que las personas en vez de buscar noticias del COVID-19 en fuentes de información no veraz, busquen en los perfiles de confiabilidad, antes de compartir comprobar que es una información verídica para evitar la propagación de contenidos falsos, a la vez informar sobre el sistema de alertas para pandemias como el COVID-19, dar una iniciativa a los consumidores de redes sociales compartir información real y así poder difundir la información a los grupos vulnerables y evitar la desinformación sobre todo si no proviene de fuentes oficiales.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Al concluir el vídeo infográfico se obtuvo que las ideas propuestas en la preproducción intervinieron en la realización del guion, se elaboraron correctamente con la finalidad de considerar todo tipo de material audiovisual que requerimos.

Con el fin de fomentar el proyecto, se mantuvo un diálogo con la UNIDAD DE BIENESTAR POLITÉCNICO ESTUDIANTIL (UBP), porque es una unidad que se encarga del bienestar de la Comunidad Politécnica. A través de sus perfiles en redes sociales donde se plantea la difusión.

Con la ejecución de este proyecto audiovisual se logró determinar mediante encuestas y entrevistas como los jóvenes tienen alta exposición a la tecnología y a la información que está colgada en redes sociales. Por último, se sintetizó que una de las redes sociales que les genera más confiabilidad es Facebook donde videos informativos que proveen contenidos relevantes de expertos en riesgos, animación infográfica de fuentes confiables.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones de la infografía (producto final)

El vídeo infográfico podría funcionar en otras instituciones públicas por lo que se acordaría un acuerdo con el propósito de compartir el contenido del sistema de alertas para prevenir a la ciudadanía.

Se recomienda a los comunicadores de riesgo actuar con responsabilidad al crear y compartir contenido que fomenten información actualizada y verídica de la pandemia COVID-19.

A la ciudadanía se recomienda hacer caso solo a información que se origine de fuentes oficiales o de expertos en riesgos o salud con estudios en alertas, desde los perfiles oficiales de redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram.

- No creer en información en la que no se citan su razón social, nombre y puesto de la fuente.
- Desconfiar en las recomendaciones que no corresponden con las de las OMS.
- Desconfiar de publicaciones impactantes porque hacen crear alerta social.

4.2.2. Recomendaciones en la producción

- Es considerable la utilización apropiada de una grabadora de audio (Zoom/Tascam), micrófono corbatero y micrófono condenso.
- Capacitar a los entrevistados, darle confianza al expresar sus ideas frente al rodaje para que ellos se expresen con naturalidad y resulte ser creíble.
- El uso de dos cámaras del mismo modelo es esencial, puesto que no existirán variaciones en el color.

BIBLIOGRAFÍA

[1] B. Bryan y G. Vilma. (2011). Guía de la estrategia comunicación de riesgo de la teoría a la acción. (Organización Panamericana de la Salud. pág. 1 – 3). Disponible en: http://www.msal.gob.ar/images/stories/ryc/graficos/0000000750cnt-2014-04_estrategia-comunicacion-riesgo.pdf

[2] G, Damman. (2008). Sistemas de información y alerta temprana para enfrentar al cambio climático. (Propuesta de adaptación tecnológica y respuesta al cambio climático en Piura, Apurímac y Cajamarca. Pág. 70-71) Lima, Perú. Disponible en: <http://www.funsepa.net/soluciones/pubs/MzQ3.pdf>

[3] L, Jason. R, Josh & C. Ross, (2012 – 2013). Infografías. (El poder del storytelling visual, pág. 20) Barcelona, España. Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=C82JCUbXnlgC&printsec=frontcover&source=gs_b_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

[4] S, Javier (2020). (Covid 19 hacia la nueva normalidad. Pág. 7) Murcia, España.

Disponible en:

https://books.google.com.ec/books?id=X7nkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=covid+19&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjil8_BmqHrAhUIwFkKHbRBAXkQ6AEwAnoECAMQA#g#v=onepage&q=covid%2019&f=false

Artículos de Revistas Científicas Indexadas

[1] V. S. José Luis, “la transmisión de conocimiento a través de la infografía digital,” ÁMBITOS A, vol. 18, no, pp.51-52, Enero, 2009.

BIBLIOGRAFIA DE IMÁGENES

Maceira, J. (2020). Ilustración de COVID-19: Gestión de Social Media en tiempos de pandemia. Recuperado de: <https://jesusmaceira.com/covid-19-gestion-de-social-media-en-tiempos-de-pandemia/>

Urrutia, E. (2020). Covid-19 y la política de la cancelación. Recuperado de: <https://fppchile.org/es/blog/covid-19-y-la-politica-de-la-cancelacion/>

ANEXO

PRESUPUESTO PARA ANIMACIÓN: "SISTEMA DE ALERTAS PARA PANDEMIAS"				
Cantidad por días	Días de rodaje	Fecha de presupuesto	Preparada por	
Emitir		Tasa diaria	Días costo necesario	
1	Actor Principal Narrador	\$80	\$80	\$80
1	Actor Secundario Narrador	\$80	\$80	\$80
Total			\$160	
Sobre la línea				
1	Historia y guion	\$300	\$300	\$300
16 días, 2 personas	Productor	\$150	\$150	\$2.400
16 días, 2 personas	Director	\$150	\$150	\$2.400
16 días, 2 personas	Director de fotografía	\$150	\$150	\$2.400
Total			\$7.500	
Bajo la línea				
16 días, 2 personas	Departamento de cámara	\$100	\$100	\$1.600
16 días, 1 persona	Departamento de luces	\$100	\$100	\$1.600
1 día, 4 horas	Departamento de sonido	\$15	\$15	\$60
16 días, 1 persona	Departamento de arte	\$100	\$100	\$1.600
16 días, 1 persona	Departamento de Producción	\$150	\$150	\$2.400
16 días, 1 persona	Departamento de Vestuario y Maquillaje	\$100	\$100	\$1.600
Total			\$8.860	

Producción			
1	Locaciones	\$0	\$0
16 días, 2 personas	Animación	\$150	\$2.400
16 días, 2 personas	Composición	\$100	\$1.600
16 días, 2 personas	Diseño de ambientes	\$100	\$1.600
16 días, 2 personas	Diseño de personajes	\$100	\$1.600
		Total	\$7.200
Post Production			
8 días, 2 personas	Editor	\$400	\$3.200
8 días, 2 personas	Asistente de Edición	\$200	\$1.600
1	Discos duros y oficina	\$30	\$30
1	Derechos de música	\$160	\$160
		Total	\$4.990

Equipos			
2	Celular	\$300	\$600
2	Pendrive	\$10	\$20
2	Audifonos	\$20	\$40
1	Estabilizador	\$350	\$350
2	Tripode	\$60	\$120
2	Cámara	\$800	\$1.600
2	Laptop	\$900	\$1.800
		Total	\$4.530
		TOTAL GENERAL	\$33.240