

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual FADCOM

Realización de corto documental sobre las personas con psoriasis
en el Ecuador.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

**Licenciada en Producción
para Medios de Comunicación**

Presentado por:
Andrea Stephanie Rocafuerte Castro

GUAYAQUIL - ECUADOR
Año: 2021

DEDICATORIA

A todos los niños, jóvenes y adultos, que se sintieron solos y rechazados durante su proceso de adaptación y aceptación. Recordándoles que no están solos y valen mucho más de lo que creen.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia que son mi principal pilar y apoyo incondicional. A Lilibeth, que me ha apoyado durante este proceso de aceptación y en el desarrollo de este y muchos más proyectos. A mis amigos que se han sumado a esta iniciativa. Agradezco al universo por dejarme coincidir con tan maravillosas personas.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; yo *Andrea Stephanie Rocafuerte Castro* doy consentimiento para que la ESPOC 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”



Andrea Stephanie Rocafuerte Castro

EVALUADORES



MsC. Omar Rodríguez Rodríguez
PROFESOR DE LA MATERIA



MsC. Víctor Cantos Luces
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

Este proyecto integrador, inicia a raíz de la idea de crear contenido audiovisual con una propuesta de valor que conecte las realidades de lo que significa sobrellevar la enfermedad de la Psoriasis, con una mirada que incorpore el autoestima, respeto y diversidad en la importancia de la salud de la piel. Con un beneficio emocional e impacto social. Porque, ¿Qué tipo de narrativas se están usando para crear campañas de salud de la piel?, ¿sobre qué temas de salud de la piel se habla en Ecuador?, ¿existe una comunidad de personas con Psoriasis en Ecuador? Las respuestas a estas interrogantes y la creación de una propuesta que incluya una nueva forma de narrar audiovisualmente un tema de salud es lo que se ha realizado en este proyecto. Para de esta forma, poder aportar socialmente desde la producción audiovisual a la posibilidad de creación de contenido sobre temas de salud de la piel. Empezando en este caso con la enfermedad de la Psoriasis. Porque este proyecto, desde la perspectiva audiovisual, no termina sólo con observarlo, sino que busca abrir puertas a la comunidad de personas que están allí pero que no se las ve. Brindando de esta forma, soporte a esta comunidad.

Palabras Clave: Proyecto, Psoriasis, enfermedad, piel, narrativa, autoestima, Ecuador.

ABSTRACT

This Integrative Project begins as an idea of creating audiovisual content with a value proposition that connects the realities of what it means to cope with the disease of psoriasis, with a perspective that incorporates self-esteem, respect and diversity in the importance of skin health. With an emotional benefit and social impact. Because, what kind of narratives are being used to create skin health campaigns? What skin health issues are discussed in Ecuador? Is there a community of people with Psoriasis in Ecuador? The answers to these questions and the creation of a proposal that include a new way of narrating a health topic audiovisually is what has been done in this project. In order to be able to contribute socially from audiovisual production to the possibility of creating content on skin health issues. Starting in this case with the disease of Psoriasis. Because this project, from the audiovisual perspective, does not end only with observing it, but seeks to open doors to the community of people who are there but who cannot be seen. Providing in this way, support to this community.

Key Words: Project, Psoriasis, skin, narrative, self-esteem, Ecuador.

Tabla de contenido

<u>EVALUADORES</u>	<u>I</u>
<u>RESUMEN</u>	<u>II</u>
<u>ABSTRACT</u>	<u>III</u>
<u>TABLA DE CONTENIDO</u>	<u>IV</u>
<u>ABREVIATURAS</u>	<u>VIII</u>
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	<u>IX</u>
<u>CAPÍTULO 1</u>	<u>1</u>
<u>1. INTRODUCCIÓN</u>	<u>1</u>
<u>1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA</u>	<u>2</u>
<u>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	<u>3</u>
<u>1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</u>	<u>3</u>
<u>1.4. OBJETIVOS</u>	<u>4</u>
<u>1.4.1. OBJETIVO GENERAL</u>	<u>4</u>
<u>1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	<u>4</u>
<u>1.5. MARCO TEÓRICO</u>	<u>5</u>
<u>1.5.1. ¿QUÉ ES LA PSORIASIS?</u>	<u>5</u>
<u>1.5.1.1. CAUSAS DE LA PSORIASIS</u>	<u>7</u>
<u>1.5.1.2. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ABARCA LA PSORIASIS?</u>	<u>9</u>
<u>1.5.1.3. AMBIENTE PSICOSOCIAL DE UNA PERSONA CON PSORIASIS</u>	<u>10</u>
<u>1.5.1.4. MITOS SOBRE LA PSORIASIS</u>	<u>10</u>

<u>1.5.1.5. ¿EXISTE UNA COMUNIDAD DE PERSONAS CON PSORIASIS EN ECUADOR?</u>	11
<u>1.5.2. ¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA AUDIOVISUAL?</u>	14
<u>1.5.2.1. ¿PARA QUÉ SIRVE O QUÉ FUNCIÓN CUMPLE UNA CAMPAÑA AUDIOVISUAL?</u>	14
<u>1.5.2.2. ¿QUÉ DESARROLLO TIENE UNA CAMPAÑA AUDIOVISUAL SOCIAL?</u>	15
<u>1.5.2.3. ¿CÓMO SE MANEJAN EN LA ACTUALIDAD LAS CAMPAÑAS?</u>	16
<u>1.5.3. NUEVOS MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN GENERAL</u>	16
<u>1.5.3.1. ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS QUE SE USAN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS?</u>	17
<u>1.5.4. NARRATIVA AUDIOVISUAL</u>	17
<u>1.5.4.1. ¿POR QUÉ INICIAR UNA CAMPAÑA AUDIOVISUAL ACERCA DE LA PSORIASIS?</u>	18
<u>CAPÍTULO 2</u>	21
<u>2. METODOLOGÍA</u>	21
<u>2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	21
<u>2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA</u>	21
<u>2.3. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</u>	22
<u>2.3.1. ENTREVISTA</u>	22
<u>2.3.2. ENCUESTA</u>	23
<u>2.3.3. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN</u>	23
<u>2.3.4. METODOLOGÍA APLICADA AL PROYECTO AUDIOVISUAL</u>	24
<u>2.3.5. ENCUESTA I PREVIAS A LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO AUDIOVISUAL</u>	24
<u>2.3.5.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA I – PREVIA A LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO AUDIOVISUAL</u>	24

<u>2.3.6.</u>	<u>ENTREVISTA I – DRA. CECILIA CEVALLOS</u>	<u>29</u>
<u>2.3.7.</u>	<u>ENTREVISTA II – DRA. YOMAIRA GRANDA</u>	<u>29</u>
<u>2.3.8.</u>	<u>ENTREVISTA III – PACIENTES CON PSORIASIS – CRISTHIAN CEDEÑO Y ANDREA ROCAFUERTE</u>	<u>30</u>
<u>2.4.</u>	<u>GENERACIÓN DE PROPUESTA</u>	<u>31</u>
<u>2.4.1.</u>	<u>TÍTULO DE CAMPAÑA AUDIOVISUAL</u>	<u>31</u>
<u>2.4.2.</u>	<u>GÉNERO</u>	<u>31</u>
<u>2.4.3.</u>	<u>TARGET</u>	<u>31</u>
<u>2.4.4.</u>	<u>VENTANA DE EXHIBICIÓN</u>	<u>31</u>
<u>2.4.5.</u>	<u>DURACIÓN DEL AUDIOVISUAL</u>	<u>31</u>
<u>2.4.6.</u>	<u>TAGLINE</u>	<u>31</u>
<u>2.4.7.</u>	<u>LOGLINE</u>	<u>32</u>
<u>2.4.8.</u>	<u>STORYLINE</u>	<u>32</u>
<u>2.4.9.</u>	<u>PREPRODUCCIÓN</u>	<u>32</u>
<u>2.4.9.1.</u>	<u>LOCACIONES</u>	<u>32</u>
<u>2.4.9.2.</u>	<u>ESCALETA</u>	<u>32</u>
<u>2.4.9.4.</u>	<u>ESTÉTICA AUDIOVISUAL</u>	<u>33</u>
<u>2.4.9.5.</u>	<u>REGISTRO AUDIOVISUAL: PLANOS</u>	<u>34</u>
<u>2.4.9.6.</u>	<u>¿QUÉ TIPO DE MONTAJE SE VA A REALIZAR?</u>	<u>34</u>
<u>2.4.10.</u>	<u>PRODUCCIÓN</u>	<u>35</u>
<u>2.4.10.1.</u>	<u>EQUIPO TÉCNICO</u>	<u>35</u>
<u>2.4.10.2.</u>	<u>PROPUESTA SONORA</u>	<u>35</u>
<u>2.4.10.2.1.</u>	<u>TIPO DE MÚSICA Y SONIDO</u>	<u>35</u>

2.4.11. POSTPRODUCCIÓN	35
2.4.11.1. DAVINCI RESOLVE	35
2.4.11.2. SONORIZACIÓN	36
2.4.11.3. COLORIZACIÓN	37
2.4.11.4. ADOBE AFTER EFFECTS	37
2.4.12. PORTADA DE CAMPAÑA AUDIOVISUAL – ÉSTA ES MI PIEL	38
2.4.13. PORTADA PROMOCIONAL PARA PRESENTACIÓN DE 5 MINUTOS PITCH – ÉSTA ES MI PIEL	39
CAPÍTULO 3	40
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS	40
3.1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LA CAMPAÑA AUDIOVISUAL – ÉSTA ES MI PIEL	40
3.1.1. ENCUESTAS	41
3.2. ANÁLISIS DE COSTOS	45
CAPÍTULO 4	47
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
4.1. CONCLUSIONES	47
4.2. RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	49
APÉNDICES	53
APÉNDICE A – TABLA DE PRESUPUESTO	53
APÉNDICE B – ESCALETA	54
APÉNDICE C – PLAN DE RODAJE	55
APÉNDICE D – DESARROLLO DE GUION	56

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
SENADI	Servicio Nacional de Derechos Intelectuales
CDPA	Colegio de Diseñadores Profesionales y Autónomos del Ecuador
UCB	Union Chimique Belge
SEM	Search Engine Marketing
UNIR	Universidad Internacional de La Rioja
FADCOM	Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 1 Psoriasis en el niño - Libro, Comprender la Psoriasis del Dr. Jordi Peyri.....	1
Imagen 2 Muestra gráfica de la diferencia entre la piel normal con la piel psoriásica, Gaceta Médica de México, 2018.....	7
Imagen 3 Tratamientos con Medicamentos biológicos en psoriasis - Libro, Comprender la psoriasis del Dr. Jordi Peyri.....	9
Imagen 4 4 Montaje de Propuesta Audiovisual Ésta es mi piel.....	36
Imagen 5 Sonorización de Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel	36
Imagen 6 Colorización 1/2 de Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel	37
Imagen 7 Colorización 2/2 de Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel	37
Imagen 8 Colilla de salida para Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel	38
Imagen 9 Portada para Presentación de Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel	38
Imagen 10 Portada para 5 Minutos Pitch	39
Imagen 11 Presupuesto - Ésta es mi Piel	45

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Este Proyecto integrador surge por el interés de innovar en el proceso de comunicación audiovisual de campañas de la piel, generando un aporte a la concientización sociocultural en temas de salud para el reconocimiento, aceptación y cuidado de las personas con psoriasis; generando las siguientes preguntas: ¿Cuál es la presencia de elementos audiovisuales y cómo afecta el mal uso de la narrativa audiovisual al crear una campaña que va dirigida hacia el proceso de aceptación emocional en una persona con una enfermedad de la piel?, así también, ¿qué estrategias se pueden mejorar en la creación de spots publicitarios que divulguen contenido educativo cultural en temas de salud de la piel? sin dejar de ser una campaña publicitaria.

Los contenidos audiovisuales son estímulos eficaces en el grado de activación emocional. (Ochando, 2018) Por esta razón, al crear un spot publicitario en base a un público que padece una enfermedad, se debe incorporar en el pensamiento crítico-reflexivo de las conductas sociales en los personajes. Formando modelos de comportamiento útil para la sociedad, satisfaciendo como publicidad y en valor a una respuesta social a la cuarta necesidad en la pirámide de Maslow (*clima de jerarquías de la necesidad psicológica del ser humano y su conducta*), que es, la necesidad de estima, autoestima, respeto y sentirse bien con uno mismo. (Pellicer Jordá, 2016)

Señalando de esta forma, que para generar esa dirección a través del recurso audiovisual hay dos aspectos interconectados que se deben tratar, estos son: la Cultura Visual, misma que se basa en el proceso de significado o concepto a comunicar y el diseño Visual, que es la construcción en base a la imagen y sonido para poder expresar el concepto. (Bladimir, 2012) De esta

forma, en base a este texto y enfocándolo en las Campañas de la piel, se abre la pregunta ¿Cuál es la cultura visual que están logrando transmitir en las campañas audiovisuales que tratan acerca de la enfermedad de la piel?

Por consiguiente, este proyecto tiene la finalidad de exponer lo que una persona con psoriasis atraviesa durante su enfermedad, construyendo una cultura visual en base a experiencias educativas que asocien el interés intrínseco de una campaña audiovisual con una técnica comercial que tenga de trasfondo un fenómeno cultural e institución social. (MaCruz, 2009) Logrando pasar de ser un -video- con enfoque a los efectos negativos o problemas de una enfermedad de la piel a integrarlas y mostrar de forma responsable el cómo sobrellevarla, garantizando su comprensión a quienes no padecen la enfermedad.

Porque se busca que los efectos que contribuyan a corto o largo plazo sean el bienestar, el desarrollo social, programas de cambio o concienciación social. (MaCruz, 2009)

1.1. Descripción del problema

El problema surge de la escasa información y creación de contenido audiovisual acerca de la psoriasis en medios masivos o digitales de Ecuador. Porque la promoción y educación de la salud son pilares del derecho a la salud. Esto quiere decir, que el enfoque hacia cualquier medio que pueda comunicar son parte de una responsabilidad formativa. (Bottinelli, María Marcela y Remesar, Sergio Esteban, 2013)

Sin embargo, en la sociedad y entorno actual, cuando se habla de temas de salud y enfermedades de la piel como la psoriasis, en cuanto a investigación o creación de contenido la mayoría de estas provienen o son generadas fuera del país. En Ecuador, por ejemplo, la mayoría de las redacciones se dan únicamente por el Día Mundial de la Psoriasis (29 de

octubre), teniendo en fecha como última publicación el 30 de octubre del pasado 2020, a través del diario Metro Ecuador.

Por otra parte, se debe recalcar que la comunicación participativa en salud parte de que la efectividad de las campañas de comunicación que se orientan hacia el cambio de comportamientos depende de la participación de la comunidad. (Massuht Cruz, 2016)

1.2. Formulación del problema

La falta de creación de recursos visuales en base a experiencias educativas de la salud y enfermedades de la piel se mantiene hasta la actualidad dentro del marco comunicacional, desaprovechando la influencia del desarrollo y concienciación sobre temas determinados que el medio audiovisual pueden realizar de forma social. (MaCruz, 2009)

1.3. Justificación del problema

La creación de contenido en temas de salud para campañas de la piel, en este caso, de personas con psoriasis es conveniente porque brinda la oportunidad de promover el conocimiento acerca de esta enfermedad de la piel. Esto permite desarrollar una construcción audiovisual sobre la realidad de lo que es tener una vida con psoriasis. Ayudando, de esta forma, en la comprensión, concientización e interpretación a quienes tienen este padecimiento. Así también, aporta como beneficio en la promoción, educación e información como responsabilidad formativa de la salud en el Ecuador.

Este tema se basa en dos grandes componentes; la Psoriasis y la construcción de la cultura visual con enfoque social en Ecuador. Partiendo de la investigación, se ha detectado que el propósito de estudio permite generar una reflexión al espectador sobre un tema que no ha sido considerado para explicar a profundidad en el país.

Con los resultados se va a poder beneficiar a las personas que tengan o no psoriasis por el apoyo y soporte educativo que contendrá la capsula audiovisual. Si este proyecto logra llegar al Ministerio de Salud, puede llegar a aportar también en cualquier campaña de prevención y cuidados de la piel que integre a la Psoriasis.

La importancia del estudio permite poner en práctica el conocimiento adquirido como estudiante en la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual en la carrera de Producción para Medios de Comunicación, desde la parte de preproducción hasta su postproducción y en la construcción de material audiovisual con propósito y estrategia comunicacional.

Este es un proyecto que presenta como novedad el hecho de que no es un tema reciente, sin embargo, es un tema que no tiene potencialmente la creación de contenido audiovisual. De esta forma, resulta factible realizarlo porque existen destrezas bibliográficas, guías como entrevistas a profesionales y pacientes, además, de un objetivo claro de desarrollo. Por esta razón, esta investigación y creación de cápsula audiovisual es confiable para la comprensión de todos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Construir una propuesta audiovisual a través de la exposición de los problemas que tienen las personas con psoriasis para la concientización sociocultural de esta comunidad.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Reconocer a la comunidad de personas con psoriasis en el Ecuador mediante el análisis de datos en investigaciones bibliográficas para la valoración de una propuesta audiovisual.

2. Entrevistar a personas con psoriasis, dermatólogos y psicólogos para establecer cuáles son las causas y los principales problemas que abarcan esta enfermedad.
3. Crear una campaña informativa a través de publicaciones audiovisuales en redes sociales para la difusión de los problemas que tiene la comunidad de personas con psoriasis en el Ecuador.
4. Evaluar el impacto de la campaña audiovisual a través de herramientas de medición digitales y encuestas a varios grupos focales.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. ¿Qué es la psoriasis?

La psoriasis es una enfermedad cutánea incurable de naturaleza inflamatoria caracterizada por placas eritematosas. Se trata de una afección cutánea que provoca enrojecimiento, escamas plateadas e irritación de la piel. (Medline Plus)

“La incidencia de muerte debida a la psoriasis es baja, pero sus manifestaciones físicas y psicológicas la hacen incapacitante, comparable al cáncer, la diabetes y la depresión” (Gaceta Médica de México, 2017)

En palabras de Ana del Barrio Lozano, en su trabajo – *Trastornos en la calidad de vida y plan de cuidados estandarizados en un paciente con psoriasis* – para la Facultad de Enfermería, de la Universidad de Cantabria; explica el proceso que viven las células de la piel con y sin psoriasis, indicando que:

“El proceso de la mayoría de las células de la piel se dividen y sustituyen una vez al mes, cada 20-30 días aproximadamente. A medida que aparecen nuevas células, las antiguas que quedan en la superficie mueren y se desprenden. En la mayoría de las personas, este proceso apenas se nota. Sin embargo, en personas que padecen la enfermedad, este proceso no se lleva a cabo de forma correcta. El sistema inmunitario sufre un descontrol lo que provoca que las células de la última capa de la piel (queratinocitos) crezcan mucho más rápido de lo normal, cada 3-4 días en vez de cada 20-30 días, por lo que el número de células aumenta considerablemente. Esta rapidez provoca la acumulación de células muertas sobre la piel, lo que da lugar a una lesión o mancha engrosada y escamosa, originando la placa psoriásica. Las escamas de la superficie de la piel se caen con facilidad, dando lugar a una escama blanquecina. Las células de debajo de la superficie se unen y forman lesiones sensibles y rojas que pueden llegar a sangrar. La inflamación de la piel también es debida al aumento de células inflamatorias (leucocitos).”
(Lozano, 2019)



Imagen 1 Psoriasis en el niño - Libro, Comprender la Psoriasis del Dr. Jordi Peyri

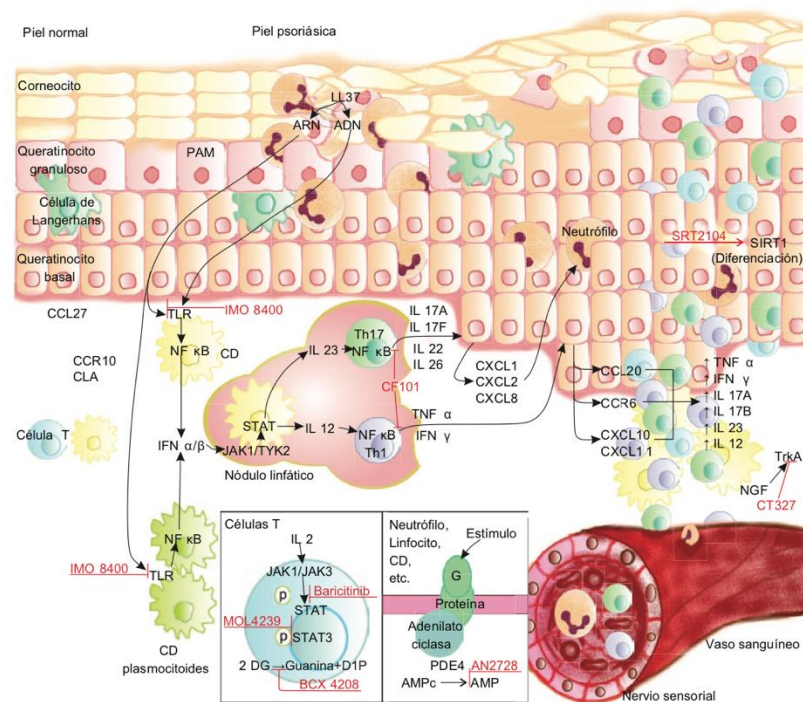


Figura 1. Patogénesis de la psoriasis e implicación de los nuevos fármacos en desarrollo. La psoriasis implica la interacción compleja entre neutrófilos, células dendríticas (CD), linfocitos T (Th1 y Th17) y queratinocitos. La activación de los queratinocitos por una lesión inicial induce la producción de péptidos antimicrobianos (PAM), propiciando que las CD liberen citocinas (IFN- α y β , IL-12 e IL-23) implicadas en la diferenciación de linfocitos Th1 y Th17, que producen mediadores (IL-17A, IL-17F, IL-22, TNF- α e IFN- β) que estimulan la generación de quimiocinas (CXCL y CCL) en los queratinocitos, con el consecuente reclutamiento de más inmunocitos en la piel. Algunos de los nuevos fármacos antipsoriásicos en investigación actúan en: a) el bloqueo de la vía de señalización JAK/STAT (baricitinib, MOL4239, BCX-4208); b) la inhibición de enzimas como la PDE4 (AN2728) y la PNP (BCX-4208); c) el bloqueo de los receptores TLR (IMO-8400); d) la inhibición del receptor de la TrkA (CT327); e) la activación de la SIRT1 (SRT2104) y del A3AR (CF101). 2-DG = 2-dexosiguanosina, A3AR = receptor de adenosina A3, AMPc = monofosfato de adenosina cíclico, D1P = dextrosiribosa-1-fosfato, JAK = Janus cinasa, NF- κ B, factor nuclear potenciador de las cadenas ligeras kappa de las células B activadas, NGF = factor de crecimiento nervioso, PNP = fosforilasa de nucleósidos de purina, STAT = transductor de señal y activador de la transcripción, SIRT1 = sirtuina-1, TLR = receptores tipo Toll, TrkA = tropomiosina cinasa A.

Imagen 2 Muestra gráfica de la diferencia entre la piel normal con la piel psoriásica, Gaceta Médica de México, 2018

1.5.1.1. Causas de la psoriasis

La psoriasis es una enfermedad que se manifiesta principalmente en forma de placas eritematosas y con abundantes escamas que, al acumularse, producen un engrosamiento de las placas. Dermatológicamente hablando, en el libro: Comprender la Psoriasis del Dr. Jordi Peyri, se indica lo siguiente:

“Los dermatólogos llamamos placas a zonas de la piel de más de 1 centímetro de diámetro con bordes bien delimitados y que tienen cambios de grosor y tonalidad. Estos cambios en la piel son la causa de

un aspecto antiestético de la piel que es el principal condicionante de la calidad de vida de los que la padecen. Lejos de ser sólo un problema estético, la psoriasis comúnmente produce inflamaciones agudas, produce quemazón por el enrojecimiento o incluso, sensación dolorosa por las grietas de las lesiones secundarias en algunas zonas como manos y pies. Se debe ser muy comprensivo con la influencia de la enfermedad de los pacientes que padezcan psoriasis por el grado de adaptación o las limitaciones sociales y laborales que esto conlleve. Debe tenerse en consideración que hasta un 76% de los pacientes con psoriasis padecen ansiedad, sienten inseguridad o tienen trastornos de sueño” (Peyri, 2010)

Según el espacio Medlineplus *-Biblioteca Nacional de Medicina de los EE. UU.-* existen diferentes factores que pueden desencadenar la psoriasis, estos son:

- Infecciones bacterianas o virales, incluso faringitis estreptocócica e infecciones de las vías respiratorias altas.
- Aire o piel secos.
- Lesión en la piel, como cortaduras, quemaduras, picaduras de insectos y otras erupciones cutáneas.
- Medicamentos como por ejemplo antipalúdicos, beta bloqueadores y litio.
- Estrés
- Muy poca o demasiada luz solar (quemadura solar)

1.5.1.2. ¿Cuáles son los principales problemas que abarca la psoriasis?

Como se explicó al inicio de este marco teórico, la psoriasis según el espacio de MedlinePlus es una enfermedad cutánea que se caracteriza por placas que se forman en la piel. Sin embargo, esta enfermedad se asocia también a mayores riesgos de comorbilidades, siendo estas, artritis psoriásica, afección cardiovascular, diabetes mellitus, obesidad, padecimiento inflamatorio intestinal y enfermedad del hígado graso no alcohólico. (Carranza Delgado, 2020)

Por otra parte, si existen tratamientos sistémicos de con medicamentos biológicos en la psoriasis, los cuales se detallan como imagen de la tabla 4.1 Tratamientos con medicamentos biológicos en psoriasis del libro – Comprender la Psoriasis del Dr. Jordi Peyri:

Medicamento	Característica	Administración	Efectos secundarios
Efalizumab	Anticuerpo monoclonal antiCD11sobre celulas T	Inyección subcutánea autoaplicada 1/semana	Síntomas gripales Erupción cutánea Plaquetopenia Neurológicos
Etarnecept	Proteína de fusión	Inyección subcutánea autoaplicada 2/semana	Reacción local Neurológicos Insuficiencia cardíaca Tuberculosis
Infliximab	Anticuerpo monoclonal quimérico	Infusión intravenosa de 2 horas cada 8 semanas	Reacciones a la infusión Neurológicos Insuficiencia cardíaca Tuberculosis
Adalumimab	Anticuerpo monoclonal humano	Inyección subcutánea autoaplicada cada 2 semanas	Reacción local Neurológicos Insuficiencia cardíaca Tuberculosis

Tabla 4.1. Tratamientos con medicamentos biológicos en psoriasis.

Imagen 3 Tratamientos con Medicamentos biológicos en psoriasis - Libro, Comprender la psoriasis del Dr. Jordi Peyri

1.5.1.3. Ambiente psicosocial de una persona con psoriasis

La psoriasis es una dermatosis que produce un importante impacto psíquico y social entre los pacientes afectados. Así también, es conocido que el estrés es uno de los factores desencadenantes más frecuente de los brotes. Tal como indica el Estudio Clínico acerca del impacto psicosocial de una persona con psoriasis: los traumatismos, ciertos fármacos, infecciones, cambios hormonales, el estrés o trastornos psicoemocionales de vivencias cotidianas, crónicas, recurrentes o agudas son aquellas que desencadenan la psoriasis. Junto a estas características psicológicas peculiares de los pacientes psoriásicos se ha descrito una tendencia a la obsesionabilidad, así como a los sentimientos de estigmatización. Todo ello ha llevado a especular sobre un perfil de personalidad específico para los individuos con psoriasis. De esta forma, se analiza el impacto que la psoriasis genera a nivel personal y social (vestimenta-deporte), emocional (relaciones afectivas y sexuales) y vocacional (bajas laborales-despidos). Esto, debido a que la modificación de la imagen corporal y el estigma social que esto conlleva, conduce a una situación diaria de estrés para la persona que vive con psoriasis. (Manuel Sánchez Regaña, 2003)

1.5.1.4. Mitos sobre la psoriasis

Según el artículo *Mitos y realidades en torno a la psoriasis* publicado por UCBCares Psoriasis de la UCB Inc. (Union Chimique Belge), indican los mitos más considerados por las personas en torno a esta enfermedad de la piel, y son:

1. La psoriasis es contagiosa

Esto es falso, ni la psoriasis o artritis psoriásica son contagiosas, debido a, que las lesiones en la piel no son fruto de virus o bacterias que pueden pasar de una persona a otra.

2. La psoriasis tiene cura

Esto es falso, la psoriasis es una enfermedad crónica que hasta ahora, no tiene cura. Lo que si existen, son tratamientos eficaces que ayudan a reducir sus síntomas y controla la aparición de las lesiones, lo que supone para los pacientes una mejora en su calidad de vida.

3. Los remedios caseros y del herbolario son los más eficaces

Esto es algo que no está comprobado, aún se desconoce la naturaleza de muchos compuestos y su participación con la psoriasis. Lo importante es no auto-medicarse, sino, consultar las dudas que se tengan con el dermatólogo. Además, de consolidar una rutina en un estilo de vida saludable desde la alimentación.

4. La psoriasis solo afecta a la piel

Esto es falso, la psoriasis no afecta a la piel. Se trata de un trastorno del sistema inmunitario. Por lo cual, se relaciona con una mayor probabilidad de padecer otras enfermedades como: artritis psoriásica, síndrome metabólico o enfermedades cardiovasculares. Es una enfermedad sistémica que puede afectar a otras partes del cuerpo.

(UCBCares Psoriasis)

1.5.1.5. ¿Existe una comunidad de personas con psoriasis en Ecuador?

Una comunidad de personas con psoriasis como grupo social en Ecuador, no existe aunque si hay grandes cantidades de personas que padecen esta enfermedad. De hecho, a la actualidad, no hay una cantidad exacta de personas que tengan psoriasis validado por un censo en el país. La entrevista más

reciente, que fue el 26 de diciembre de 2020 a Paola Cárdenas, Dermatóloga, a través del diario El Telégrafo donde indica que:

“La Psoriasis afecta a 35.625 personas en Ecuador. Probablemente son más de 35.000 personas, pero aún no se han diagnosticado, la prevalencia mundial está alrededor del 2-3% de la población.” (El Telégrafo, 2020)

Por otra parte, años atrás, en base a la Tesis de Grado – “*Características epidemiológicas de la Psoriasis. Servicio de Consulta Externa de Dermatología. Hospital Dr. Luis Vernaza, 2000-2010*” – de la Dra. Analia Pasquel Soletto, 2014. Realizó un análisis de la cantidad de pacientes con este diagnóstico atendidos durante los años 2000 al 2010. Siendo así, se adjuntan 3 de sus gráficos que fueron realizado por la base de datos del Hospital:

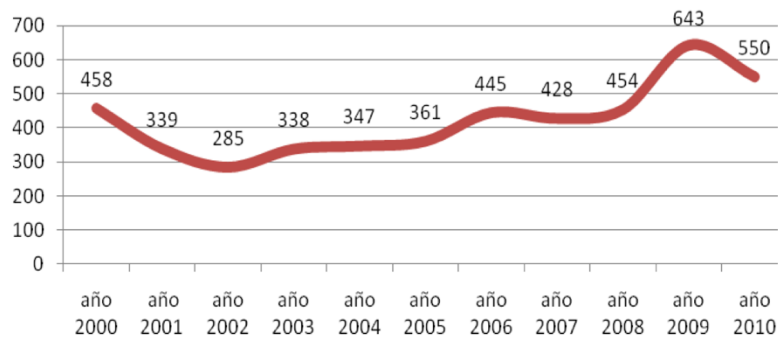


Gráfico 7-2: Frecuencia anual de pacientes con psoriasis en el hospital “Dr. Luis Vernaza”. Periodo 2000-2010.

Imagen 4 1 Gráfico de Frecuencias anuales de pacientes con psoriasis, Hospital Luis Vernaza, 2000-2010

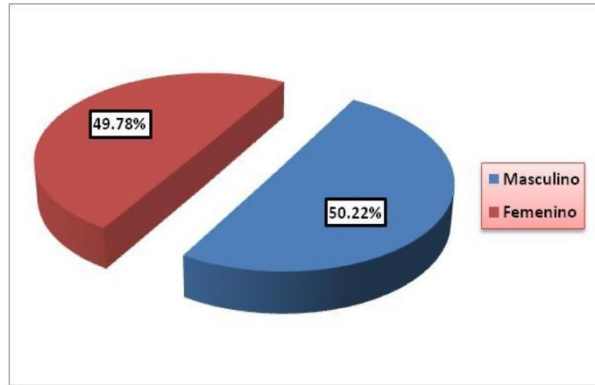


Gráfico 7-3: Distribución por sexo de los pacientes con diagnóstico de psoriasis en el hospital "Dr. Luis Vernaza". Período 2000-2010.

Fuente: Base de datos

Imagen 4 2 Distribución de los pacientes por sexo, Hospital Luis Vernaza, 2000-2010

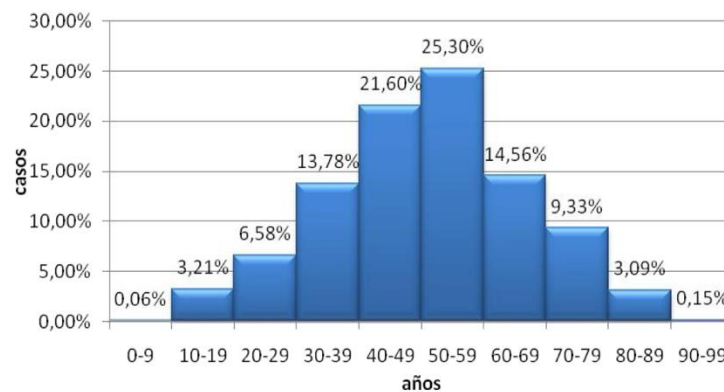


Gráfico 7-4: Distribución por grupos de edad en los pacientes con diagnóstico de psoriasis atendidos en el hospital "Dr. Luis Vernaza". Período 2000-2010.

Imagen 4 3 Distribución por grupos de edad en pacientes con diagnóstico de psoriasis, Hospital Luis Vernaza, 2000-2010

Por esta razón, es fundamental poder realizar contenido audiovisual, campañas publicitarias o eventos en general como brigadas médicas dedicadas a la salud de la piel para que sean un abanico a la integración de personas con este tipo de padecimiento como lo es la psoriasis.

1.5.2. ¿Qué es una campaña audiovisual?

Según el Centro de Investigación Científica y Tecnológica de la Espol para el proyecto -Campaña Audiovisual “Artistas”-. Una Campaña Audiovisual es el conjunto de elementos y mensajes publicitarios que se realizan básicamente a través de los medios de comunicación. Sin embargo, el realizar campañas audiovisuales y publicitarias, va más allá de eso, puede encaminarse hacia la publicidad interactiva que va dirigido en internet, televisión, teléfonos móviles, dónde se busca transformar al consumidor en un prosumidor. (Ingrid Palau, 2010)

1.5.2.1. ¿Para qué sirve o qué función cumple una campaña audiovisual?

Las campañas publicitarias a través del lenguaje audiovisual según el documento de investigación Publicidad y Eficacia Publicitaria de Carmen Paz Aparicio, Universidad de Oviedo, indica que cumplen tres funciones principales de comunicación que son:

- Informar, dar a conocer la existencia del producto, servicio o idea.
- Persuadir, influir en los comportamientos de los consumidores con el fin de que lo compren, además, de crear una demanda selectiva por el producto, servicio o idea comunicado.
- Recordar, crear una demanda que asegure la fidelidad hacia un producto, marca o idea (en el caso de productos o servicios, proporcionar una compra repetitiva)

(Carmen Paz Aparicio)

Por tanto, se puede considerar que las campañas audiovisuales sirven para crear un contenido que comunique sobre

un producto/servicio, marca o idea que se desee mostrar hacia el consumidor o usuario.

1.5.2.2. ¿Qué desarrollo tiene una campaña audiovisual social?

Hay que considerar que este tipo de desarrollo puede considerarse como campañas de cambio social y manejan una estrategia distinta con un determinante común que es el objetivo. Como en cualquier campaña audiovisual, lo primero que se debe cuestionar es ¿Qué es lo que desean comunicar? Esta campaña debe estar acompañado de un marketing social, que no desea vender un producto o servicio. Sino, que tiene el propósito de generar cambios en el comportamiento y que logren alcanzar el bienestar de la sociedad.

Parte del desarrollo que integra una campaña audiovisual de carácter social es: La orientación del público objetivo, el intercambio (entre comportamiento voluntario del público con el fin de bienestar) y el enfoque de planificación a largo plazo. (PLANAS, 2017)

La Publicidad Social es la comunicación publicitaria, es decir, la actividad comunicativa de carácter persuasivo, pagada, intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social. Por lo tanto, la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social. A priori, el elemento más

singular de esta definición es su parte final. Estamos hablando de una publicidad que: sirve a causas de interés social, se plantea objetivos no comerciales y busca contribuir al desarrollo social.
(Abad, 2018)

1.5.2.3. ¿Cómo se manejan en la actualidad las campañas?

Actualmente, todas las campañas o planes de comunicación están potenciando no sólo lo creativo, sino también la estrategia. Además, las marcas -responsables- son una tendencia en alza, porque se está integrando objetivos de marketing, publicidad y comunicación. Esto, puesto a que el consumidor se está volviendo más exigente y ellos son los que piden marcas responsables. De esta forma buscan cuidar la responsabilidad social corporativa con mensajes o perfiles que sepan emocionar, comunicar y adaptar nuevas tecnologías o canales para las campañas publicitarias.
(Gugel, 2020)

1.5.3. Nuevos medios para la difusión de información general

La comunicación actual con los sistemas de transmisión de información que se basan en la tecnología digital tiene un alcance amplio, pues, abarca medios de comunicación como el correo electrónico, listas de distribución de correo, los chats, la radio y video por internet, los news, sistemas de videoconferencia. Sin embargo, aquí se va a dirigir hacia los nuevos medios publicitarios y su integración hacia el mundo digital para la planificación de medios. Donde se considera a la audiencia más interactiva, donde existen nuevos canales de distribución con nuevas rutas de accesos virtuales y donde los medios se transforman en -personalizables-. (Olga Solanas García, 2011)

1.5.3.1. ¿Cuáles son los medios que se usan para la difusión de las campañas?

Los medios publicitarios tienen varias posibilidades en cuanto a canales. Estos son:

- Publicidad en medios digitales, todo lo que conlleve a periódicos y emisoras de radio que se encuentran en internet, con las posibilidades de llevar a través de banners, gifs, reportajes o artículos promocionados.
- Publicidad en redes sociales, una de las más usadas. En estas existe la posibilidad de segmentar a su público, personalizar el mensaje y llegar directamente a un público objetivo.
- Publicidad en video, como la plataforma de Youtube o actualmente Tiktok.
- Publicidad SEM
- Medios como la televisión, los diarios o las vallas

(Peiró, 2020)

1.5.4. Narrativa Audiovisual

La narrativa audiovisual según La Narrativa Audiovisual Publicitaria, Moreno, I. 2003. Es la ordenación metódica de los conocimientos para poder descubrir, describir y explicar la narrativa de la imagen visual y acústica tanto en su forma como en su funcionamiento.

Siendo así, la narrativa audiovisual recoge los siguientes significados:

1. Capacidad de unir imágenes visuales con lo acústico para contar historias
2. Equivale a la narración en sí

3. Es el término genérico que abarca otras especies como la narrativa fílmica o televisiva
4. Equivale a los temas y géneros que ha configurado la actividad
5. Es la forma del contenido

Paralelamente, la narrativa audiovisual publicitaria aspira a:

Dar cuenta de los procesos heurísticos, morfológicos, taxonómicos, analíticos y de lectura persuasiva en sus distintas manifestaciones audiovisuales tanto lineales como interactivas. Las cuales, se orientan a la presentación, promoción, venta o concienciación de ideas, bienes y servicios, costeados por personas, empresas o instituciones. (Ortiz, 2018)

Por tanto, se debe tener en consideración el uso que se le da a la narrativa audiovisual porque ésta puede significar el éxito o fracaso del objetivo de comunicación que están queriendo realizar. Y si va dirigido hacia el proceso social por una concienciación de ideas en cuanto a la aceptación emocional de una persona por aspectos de salud, un error de proyección en cuanto a su narrativa puede perjudicar a todo el contenido realizado.

1.5.4.1. ¿Por qué iniciar una campaña audiovisual acerca de la psoriasis?

Comúnmente el tipo de publicidad audiovisual que se realiza en base a un tema de salud de la piel, suele ser únicamente con el enfoque de: -colocarte bloqueador solar-, -prevención del cáncer de la piel-, -el vitíligo-, -el cáncer de piel-, -la importancia del cuidado de la piel acompañado de cremas-, sin embargo, la creación de contenido del tema en específico que es sobrellevar

una enfermedad de la piel sin cura como la psoriasis y que tenga una narrativa con enfoque positivo que cumpla la función de acompañar a quien padece esta enfermedad, es muy escaso.

La mayoría de los videos realizados sobre una enfermedad sin cura, en este caso, la Psoriasis, su narrativa audiovisual, tiende a dirigir al usuario a un pensamiento negativo. Un -yo padezco-, -no me acepto-, -esa persona sufre/yo también sufro-. Mientras que, a este grupo social, partiendo del pensamiento propio de alguien que tiene este padecimiento, lo que se debe de enseñar o promover es la aceptación de lo que se tiene y educación para su tratamiento, dando soporte, cambiando el concepto de la narrativa utilizada a forma rutinaria y apoyando el proceso psicológico de superación con la creación y comunicación audiovisual. Lo que equivale a un compromiso social-audiovisual para las productoras, agencias y creativos del medio audiovisual.

Sin embargo, al hablar de esta dinámica de cambios sociales acompañados del compromiso social-audiovisual, existe una nueva situación que es económica, política y social. Acorde al artículo de *La función social de la publicidad de la concienciación a la responsabilidad social*, donde se indica lo siguiente:

En primer lugar, está la reducción de la capacidad del Estado para abordar los servicios sociales, transfiriendo parte de la responsabilidad a empresas privadas y otras instituciones. En segundo lugar, la iniciativa de estas empresas para participar en estos proyectos, asumiendo un papel activo y social ya sea dentro de la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa o como estrategias de imagen y reputación corporativa. Por último, los propios ciudadanos, más sensibles y responsables ante temas sociales. Ante el término Goodvertising, que surge gracias a Thomas Kolster, padre del concepto y

experto en la denominada comunicación sostenible, que propone que la publicidad y el marketing sean usados para mejorar el planeta y educar a la sociedad -como elemento socializador que son-. (Abad M. V., 2018)

Por tanto, es importante considerar empezar una campaña audiovisual publicitaria acerca de la psoriasis o en realidad de cualquier tema posible del cuál exista un nicho no atendido para poder reunir recursos que permitan ayudar a esta causa en cuanto a una concienciación de responsabilidad social.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación son todos aquellos métodos, técnicas o planificaciones realizadas por el investigador con la finalidad de lograr los objetivos del estudio. (Question Pro)

2.2. Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquella que se dedica a la obtención de información mediante libros, periódicos, revistas o cualquier tipo de documentación relevante. La información se obtiene mediante la lectura científica acorde a los datos secundarios recolectados de los textos que proceden de distintas fuentes, mismos que proporcionan una visión panorámica y sistemática utilizadas para el objetivo a investigar. (UNIR)

Este tipo de investigación recoge datos utilizando la técnica del fichaje bibliográfico y mnemotécnico, o a su vez, acudiendo a las bibliotecas, donde se encuentran concentradas las fuentes de información bibliográficas. (Pinteño, 1978)

Este tipo de investigación va a permitir realizar la recopilación, valorización, conocimiento, además de, comparar y deducir los distintos enfoques, criterios, conceptualización y análisis de los diversos autores que se han mencionado, con el propósito de ampliar los conocimientos acerca de la importancia de una narrativa audiovisual adecuada al momento de crear una propuesta audiovisual para las personas con enfermedades de la piel.

2.3. Instrumentos de la Investigación

2.3.1. Entrevista

Este tipo de instrumento para investigación permite obtener información de una forma oral y personalizada. Pues este tipo de técnica recolecta datos acorde a acontecimientos vividos y un punto subjetivo de la persona; así también, son técnicas complementarias a otro tipo de técnicas propias de la investigación cualitativa con la observación del participante y un sistema de preguntas a realizar a través de la interrelación verbal entre dos o más personas. (Javier Murillo Torrecilla)

Acorde al documento de Metodología de Investigación Avanzada de la Pontificia Universidad Católica Argentina, indican las características que entran partícipes en la entrevista:

- Implica un sistema de comunicación interpersonal, integrando al entrevistador y entrevistado.
- Su objetivo fundamental se trata de recoger información objetiva y subjetiva a partir de la observación y preguntas realizadas.
- Precisa tener claro un referente, un código, un mensaje y un medio de transmisión.
- El entrevistador debe enfocar y dirigir la conversación.
- Se debe planificar para poder realizar un análisis.
- Se deben realizar al menos tres entrevistas para poder comparar la información obtenida.

Se va a realizar una entrevista inicial para poder tener un diagnóstico que permita identificar los aspectos relevantes por los que se

va a acoger la investigación para poder crear la propuesta audiovisual.
(Javier Murillo Torrecilla)

2.3.2. Encuesta

Este procedimiento permite a la investigación tener una variedad flexible de aplicaciones, comparabilidad, desarrollo tecnológico, comprensión y precisión sobre la información obtenida. Para este proyecto el tipo de contacto que se va a realizar es indirecto, el cual va a tener un mecanismo de indagación de lenguaje escrito que se acoge a la modalidad denominada cuestionario. (Romo, 1998)

El cuestionario es una técnica de investigación usada para obtener información a través de un sistema de preguntas estructuradas en formularios impresos, donde el -encuestado- responde por sí mismo, sin la participación del entrevistador. El objetivo fundamental del cuestionario es obtener información que sirva para demostrar las hipótesis formuladas en torno a un determinado tema de investigación. (Tegla y Garza, 1972)

2.3.3. Alcances de la investigación

El alcance de esta investigación sobre la metodología empleada es exploratoria porque se investigan problemas que tienen poca creación de contenido audiovisual, lo cuál es el objetivo final a realizar. En este caso, es la construcción de una propuesta audiovisual para lograr exponer cómo sobrellevan la enfermedad de la piel – Psoriasis – y, así poder brindar a través de la construcción audiovisual un material que permita concientizar de forma sociocultural a una comunidad. De esta forma, se preparan terrenos para futuras creaciones que permitan la integración de otro tipo de enfermedades probablemente desconocidas o poco informadas.

2.3.4. Metodología aplicada al proyecto audiovisual

Para la realización de este proyecto integrador que tiene como objetivo una propuesta audiovisual, se ha decidido aplicar una metodología cualitativa porque parte de una realidad por descubrir que es el pensamiento de las personas con psoriasis y cómo ha sido su proceso con su enfermedad. Esto va a permitir al creador audiovisual enfocarse sobre la narrativa, colores y elementos claves que va a llevar el producto final. Su premisa, donde la realidad del proyecto se acoge al fenómeno social donde los individuos son los que construyen el relato. Los datos que provienen del lenguaje natural de la metodología aplicada. Su finalidad, que busca entender el contexto del punto de vista del actor social. Y principalmente su paradigma científico siendo humanista-hermenéutico.

2.3.5. Encuesta I Previa a la realización del Proyecto Audiovisual

Acorde a la metodología anteriormente planteada se tiene previsto realizar dos encuestas. La primera para poder identificar el conocimiento social de enfermedades de la piel. Y la segunda posterior a la creación del contenido audiovisual propuesto en esta investigación, para poder identificar el impacto que tiene se ha logrado alcanzar con el proyecto, además de asentar si se ha logrado llegar con el mensaje de la narrativa audiovisual.

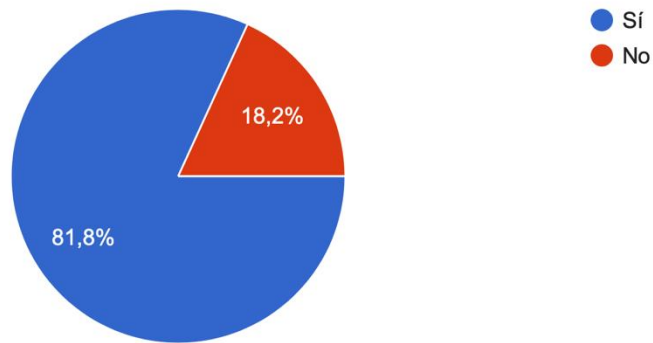
2.3.5.1. Análisis de resultados de Encuesta I – Previa a la realización del Proyecto Audiovisual

En esta primera encuesta se realizaron ocho preguntas donde fueron partícipes 33 personas, entre ellas pacientes con psoriasis. Se van a colocar los gráficos en orden para poder evaluar los resultados.

Pregunta 1. De 33 personas encuestadas, el 18.2% no conocía acerca de ninguna enfermedad de la piel.

¿Conoces las enfermedades más comunes de la piel?

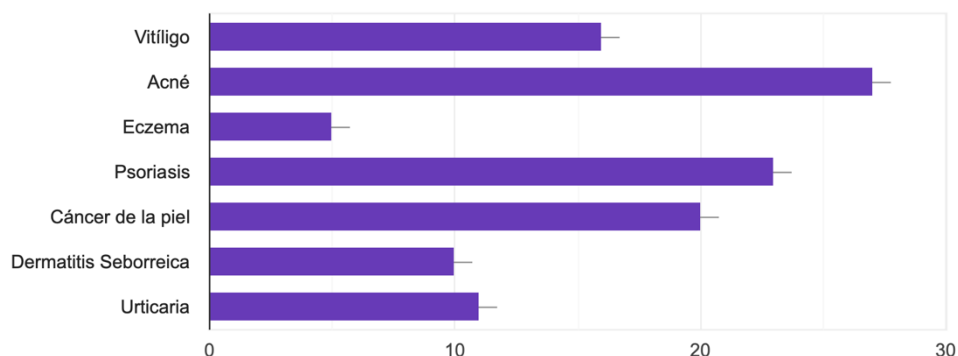
33 respuestas



Pregunta 2. En esta segunda pregunta tuvimos un porcentaje del 18,2% que no tuvo respuesta, debido a, su desconocimiento sobre las enfermedades de la piel. Del 81.8% que indicó en la primera pregunta que sí conocía sobre las enfermedades de la piel, vemos que el equivalente al 60% sabe qué es la psoriasis, mientras que el otro 40% aunque no sabe lo que es la psoriasis sí tiene conocimiento en otras enfermedades de la piel.

¿Cuál de estas enfermedades conoces?

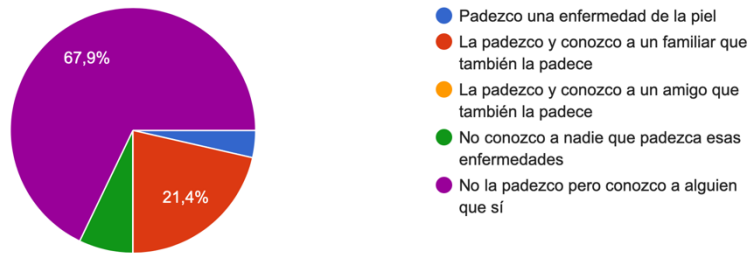
27 respuestas



Pregunta 3. Con esta pregunta identificamos los tipos de personas encuestados, entre pacientes o no con psoriasis.

Según las enfermedades antes mencionadas, ¿Padeces alguna de estas o conoces de algún familiar o amigo que la padezca?

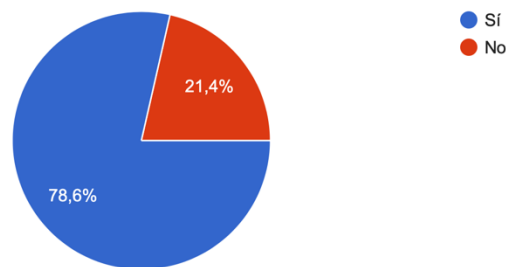
28 respuestas



Pregunta 4. Aquí consultamos en base a la pregunta número 2 si han escuchado en medios de comunicación sobre temas de salud de la piel.

¿Has escuchado de estos temas en algún medio de comunicación público o privado?

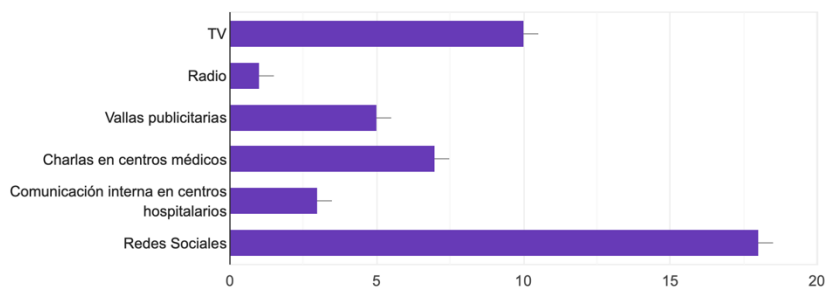
28 respuestas



Pregunta 5. En esta pregunta, evaluamos sobre qué plataformas han presenciado u observado sobre temas de la salud de la piel.

¿En qué medios los has escuchado o visto? (puedes señalar más de uno)

22 respuestas



Pregunta 6. En esta pregunta abierta, se planteó al usuario si considera necesario el tipo de difusión sobre estos temas, de esta forma, cada uno indicó sus razones por las cuales apoya este tipo de iniciativas o proyectos.

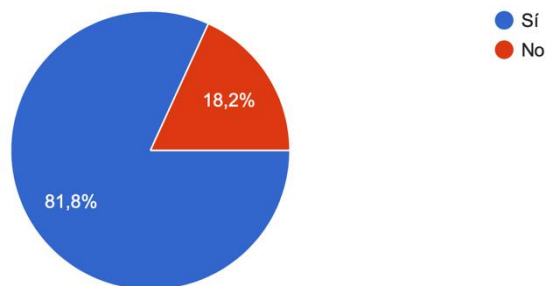
¿Consideras necesaria la difusión informativa de cualquiera de estas enfermedades? –Conteste con un Sí o No y un Por qué–

22 respuestas

Si
si porque se tendría que cuidar la piel de uno ya que puede contraer causas a mayor escala haciendo que la piel se dañe y ya no tenga arreglo
Si, porque estaríamos más informados como tratar estas enfermedades de la piel
Porsupuesto
Si, porque es importante estar informados sobre las enfermedades que pueda desarrollar nuestro órgano mas grande, nuestra piel
Si para poder estar informados y ayudar a la persona que la está padeciendo
Yes it's important to spread knowledge of any disease
Si, ya que es necesario tener el conocimiento de estas enfermedades que conllevan ciertas personas.
Si, porque la piel es el órgano más grande del cuerpo y hay que saber cómo cuidarla
Importante difundir
Si, porque es importante conocer las enfermedades que conllevan ciertas personas que luchan con ello.
si es muy necesario para poder tratarlas mejor y que haya algún medicamento que los cure
Si, porque de esta manera se concientizaría a las personas a tener más cuidado sobre su piel
Sí, porque usualmente sólo le genera publicidad o contenido audiovisual para usar protector solar. Pero hay más temas que se pueden tratar.
Si para mayor conocimiento de la población
Sí, para que las personas esten al tanto de como cuidar su piel y que no padezcan de alguna enfermedad
Sí, siempre y cuando sea información avalada por expertos y profesionales. Es importante jaw estemos informados de enfermedades de las que todos podemos padecer. Aprovechar los medios para educar sobre este tema sería ideal.
Si.. deberían de masificar el conocimiento para saber cómo reconocer y tratar las mismas...
Si es importante y necesaria ya que de esta manera si nos pasa a nosotros o a alguno de nuestros conocidos ya sabremos que hacer y a quien acudir.
Si
Porque ayuda a conocer casos que quizá un familiar o amigo cercado podría estar padeciendo.
Si, estar informados es un beneficio tanto para nosotros mismos y las personas que nos rodean, y así en caso de padecer alguna de estas enfermedades poder tratarlas lo antes posible

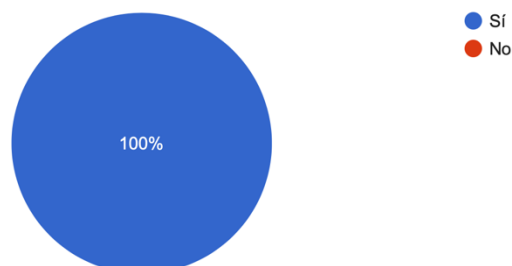
Pregunta 7. Del 100% de personas que conocen sobre enfermedades de la piel, el 81.8% sabe lo que es la psoriasis y el 18.2% no. Sin embargo, esta pregunta se realizó para determinar el conocimiento de una enfermedad que es poco tratada en el medio. Y de la cuál las personas saben o conocen acerca de su existencia, sin embargo, contrarrestamos estos resultados con la investigación realizada donde al menos en Ecuador, no existe un porcentaje real en base a un censo, acerca de la cantidad de personas con Psoriasis.

¿Sabes qué es la Psoriasis?
22 respuestas



Pregunta 8. Para finalizar, se realizó esta pregunta para poder evaluar el apoyo social que este tipo de campañas recibiría. Además, de evidenciar la importancia o el valor que socialmente le darían las personas. Por lo tanto, se convierte en un tema relevante a tratar. Con el 100% de personas encuestadas a favor de realizar este tipo de proyectos.

Si padeces, padecieras o tuvieras algún familiar o amigo con la enfermedad, ¿te gustaría obtener más información sobre este tema?
22 respuestas



2.3.6. Entrevista I – Dra. Cecilia Cevallos

“Esta enfermedad no tiene cura y por ende es muy importante que el paciente tenga los recursos necesarios para que pueda abordar la enfermedad. Soy medica pediatra con más de 20 años de experiencia y mis pacientes son niños. Cuando llega un pacientito a mí consultorio con alguna afección dermatológica, lo primero que hago es consultar ¿Cómo se encuentra el niño o niña anímicamente? Es muy importante saber o descubrir cómo médico el detonante de ese paciente para poder controlarlo. Siguiendo los protocolos necesarios, se debe derivar al paciente con un especialista y cómo deber profesional es realizar el seguimiento que se deriven a dos ramas más profesionales para poder controlar la enfermedad de forma armoniosa, como lo son psicología y nutricionista. Yo padezco psoriasis desde los 17 años y si me hubiese gustado no tener que esconderme bajo abrigos la mayor parte de mi adolescencia, más por vergüenza o rechazo debido al desconocimiento por parte de la sociedad en general. Por parte de mi familia o amigos nunca hubo ningún problema, pero con desconocidos siempre afectan las malas miradas o gestos cuando se llegan a notar algunas lesiones. Es importante la difusión de esta y muchas enfermedades dermatológicas, para que el mundo se más empático con las personas que lo padecen.”

Dra. Cecilia Cevallos – Medico Pediatra

2.3.7. Entrevista II – Dra. Yomaira Granda

“Cuando se diagnostica por primera vez al paciente con una enfermedad dermatológica como lo es la psoriasis, se recomienda la derivación inmediata con los demás especialistas que velarán por la correcta sincronización para la mejora de su salud. Los cuales son; Dermatólogo, nutricionista y psicólogo. Estos tres

pilares son fundamentales para que el paciente pueda llevar una vida digna dentro de su proceso con la enfermedad”

Yomaira Granda – Medica General.

2.3.8. Entrevista III y IV – Pacientes con psoriasis – Cristhian Cedeño y Andrea Rocafuerte

“Creo que es mas que conveniente que el mundo conozca qué es la psoriasis y cómo esta puede afectar directamente a nuestro estado de ánimo si no se tiene una correcta educación de la enfermedad. Es decir, el apoyo emocional es lo ideal para sobrellevarla. Yo hubiese preferido tener más contenido audiovisual en la época de mi adolescencia para poder sobrellevar la enfermedad de una forma sana”

Cristhian Cedeño Albia – Paciente con psoriasis

“Tengo psoriasis desde los cinco años. El apoyo incondicional de mi familia fue clave para poder sobrellevar mi enfermedad. Llevo actualmente 21 años padeciendo la enfermedad y en todo este trayecto de ida y venida a centros de salud, es muy poca la información masiva que se logra visualizar en las mismas. Al igual que en los medios de comunicación públicos y privados. El desconocimiento viene de la desinformación. Y creo firmemente que, si este tipo de comunicación se empieza a mover y a sonar en los medios a lo largo del año, no sólo en el día mundial de cada enfermedad. Es un apoyo directo a la comunidad de personas con psoriasis, ya que sería mucho más fácil para ellos explicar qué es su enfermedad sin temer a ser rechazados a primera instancia dentro

de la interacción social. También porque a parte de informar sobre la enfermedad, se priorizaría el aspecto psicológico del paciente con psoriasis. Aportando a que se sienta mucho mejor consigo y sepa cómo sobrellevar la enfermedad.”

Andrea Rocafuerte, Paciente con psoriasis.

2.4. Generación de propuesta

2.4.1. Título de Campaña Audiovisual

Esta es mi Piel

2.4.2. Género

Informativo

2.4.3. Target

Comunidad de personas con psoriasis y público en general.

2.4.4. Ventana de exhibición

Youtube e Instagram

2.4.5. Duración del audiovisual

5:52 Minutos

2.4.6. Tagline

¡Porque tu lo vales!, ¡Porque yo lo valgo!, ¡Porque todos lo
valemos!, ¡Ésta es mi Piel!

2.4.7. Logline

Un grupo de personas con psoriasis relatan sus experiencias con la enfermedad, demostrando que es posible salir a delante y lograr llevar una vida plena.

2.4.8. Storyline

Chris, Danny, Magy, Fede y Andrea comentan sus experiencias abordando la enfermedad de la psoriasis. Profundizan en temas sociales, demostrando que, con apoyo, una buena guía de salud y ayuda profesional psicológica es posible sobrellevar la enfermedad de la manera más sana posible.

2.4.9. Preproducción

Ésta es mi Piel

2.4.9.1. Locaciones

Con el objetivo de recrear un escenario en dónde los entrevistados puedan sentirse con mucho más valor al contar sus relatos cómo si estuvieran en frente de un público. Se escogió el teatro de ESPOL-CULTURAL, ubicado en las instalaciones de la Biblioteca-ESPOL, campus Prosperina. Locación que se encuentra amoblada con equipos de producción como luces directas que sirven como backstage de la composición.

2.4.9.2. Escaleta


Como la propuesta a realizar se basa en entrevista y relatos reales, la escaleta describe el orden de las entrevistas y las escenas que se realizaran por entrevistado.

2.4.9.3. Plan de Rodaje

El plan de rodaje está realizado con la intención de poder realizar las tomas con su correcta composición. Es decir, establece los días que se van a grabar con los entrevistados, seleccionado la prioridad para montar el escenario de fondo por el tipo de color de piel. Los entrevistados con tonos claros en su piel, se les realiza una entrevista bajo la compasión de los fondos como el morado. A su vez como los entrevistados con tonos oscuros en su piel, se coloca el fondo naranja. Con la finalidad de adquirir un visual que impacte a primera vista.

2.4.9.4. Estética Audiovisual

General	El ambiente de la capsula audiovisual es dinámico, destacando el encuentro y la interacción que mantiene cada uno de los entrevistados. La picardía del descubrimiento de otros tipos de afectaciones de la misma enfermedad, casusa un ambiente ameno de consejos y experiencias.
Espacio	El espacio de entrevista, incluye movimientos de cámara suaves y lentos, también incluye cámara fija. Esta nos presenta dos universos dentro de la composición. Uno en dónde destaca el relato y la experiencia sobre la enfermedad de cada entrevistado y otra en dónde crean mucho más empatía y camaradería al conocer otros casos similares o más graves que el que relatan.
Tono	La capsula audiovisual maneja tonos muy dinámicos. Con el objetivo de que el dialogo que se este relatando no caiga en la monotonía tonal. El inicio parte con un tono viral de las

	redes sociales, en dónde se destaca el trending puesto que el objetivo es captar la atención del público en general.
Color	<p>La paleta de colores que se aplica sobre el cortometraje son colores morado y naranja con la intención de identificar los colores representativos del día mundial de la psoriasis en la mayor parte de toda la composición.</p> <hr/> 
Luz	La luz que predominará será la luz artificial porque el cortometraje está planificado a realizar tomas con fondos recreados, dentro de set de producción.

2.4.9.5. Registro Audiovisual: Planos

Los planos que se utilizan dentro de la composición tienen como propósito crear una identificación clara de los protagonistas. Predominan los planos medios y los planos primer primerísimo plano. Estos planos son realizados desde diferentes posiciones con la finalidad de alimentar el espacio visual dentro de la composición.

2.4.9.6. ¿Qué tipo de montaje se va a realizar?

El montaje expresivo, es el tipo de montaje ideal que ayudará a marcar el ritmo del accionar dentro de la composición. El tipo de sonorización y la rapidez de lo que fluyen los planos,

vinculados con el tiempo de cada uno son la dinámica ideal, para el talonaje de la misma.

2.4.10. Producción

2.4.10.1. Equipo técnico

Para la realización de un correcto montaje se predestinó un montaje en el programa Davinci Resolve. Ya que se busca garantizar la calidad del render en alta definición.

2.4.10.2. Propuesta sonora

2.4.10.2.1. Tipo de música y sonido

La intención de esta capsula es llegar de la mano con el trending que se marca en las redes sociales. Por ende, la musicalización de la capsula empieza con una pista que en la actualidad se encuentra en tendencia y está dentro del top de los 50 virales, cómo lo es Eve - Let Me Blow Ya Mind Un TikTok Mix _ Remix por @Showmusik. El mismo que tiene un libre uso. Dentro de la capsula, se acompañan los diálogos con melodías que tildan a ritmos latinos, similar de la máster principal. Con la finalidad de no perder la escancia ni el ritmo que crea.

2.4.11. Postproducción

2.4.11.1. Davinci Resolve

El programa va de la mano con la compatibilidad en la calidad que se ha registrado el audiovisual. El mismo que fue registrado con una Black Magic. El programa permite una correcta composición del talonaje, como en el sonido y la creación de stills de colores.

Montaje

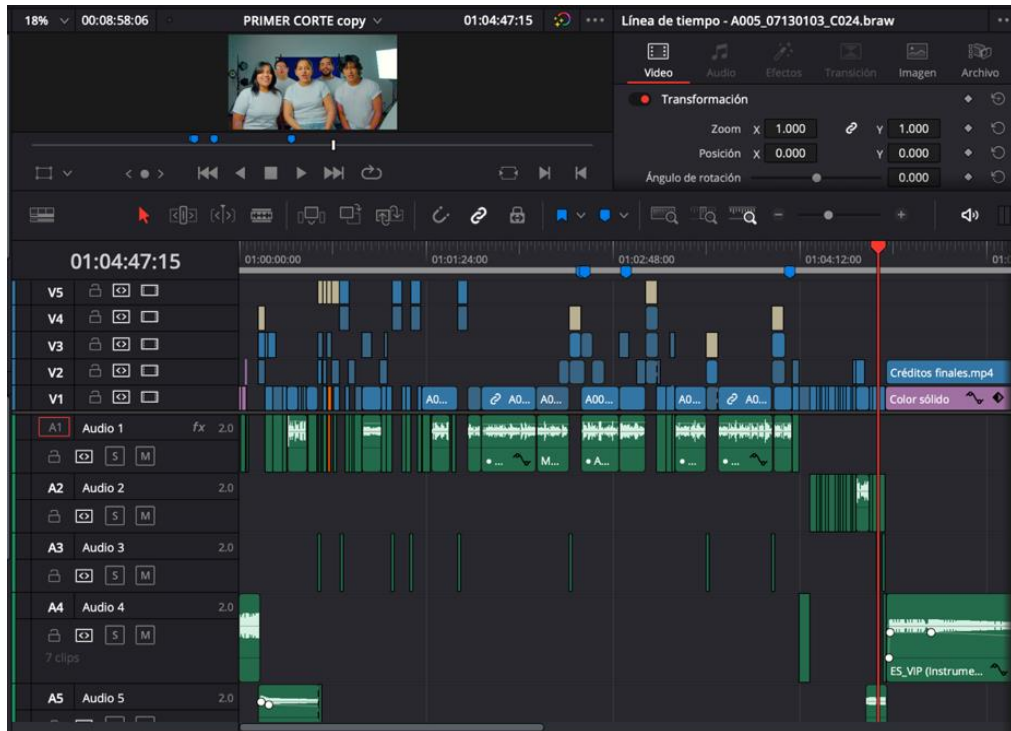


Imagen 4 4 Montaje de Propuesta Audiovisual Ésta es mi piel

2.4.11.2. Sonorización

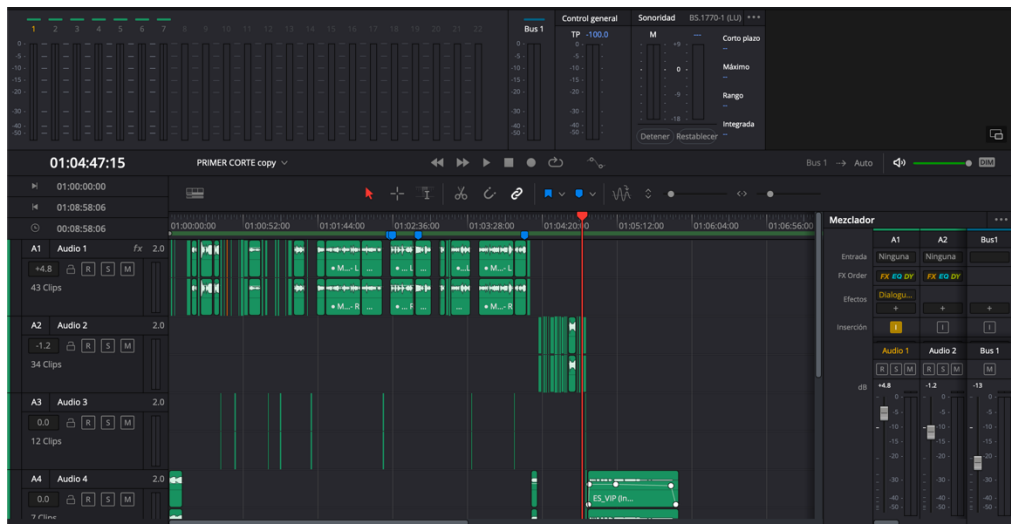


Imagen 5 Sonorización de Propuesta Audiovisual Ésta es mi Piel

2.4.11.3. Colorización

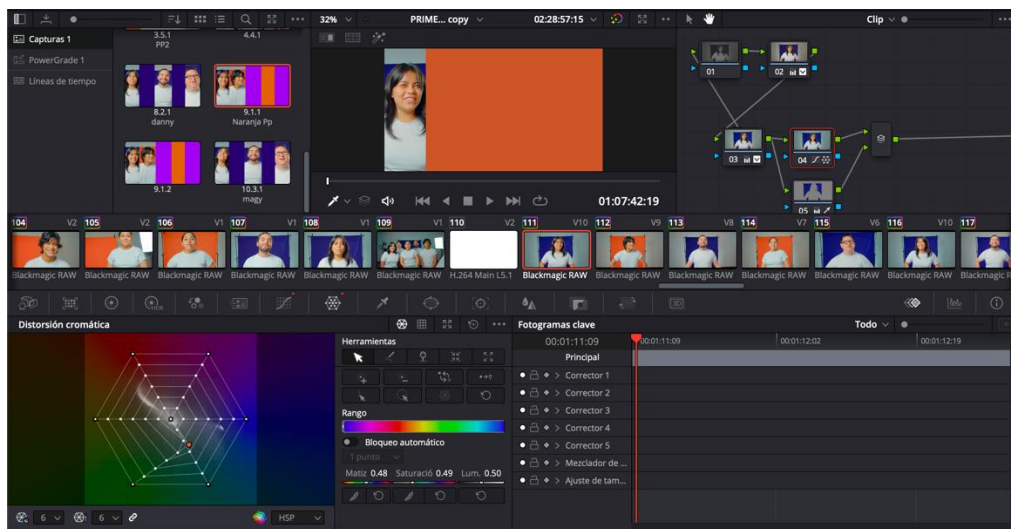


Imagen 6 Colorización 1/2 de Propuesta Audiovisual *Ésta es mi Piel*

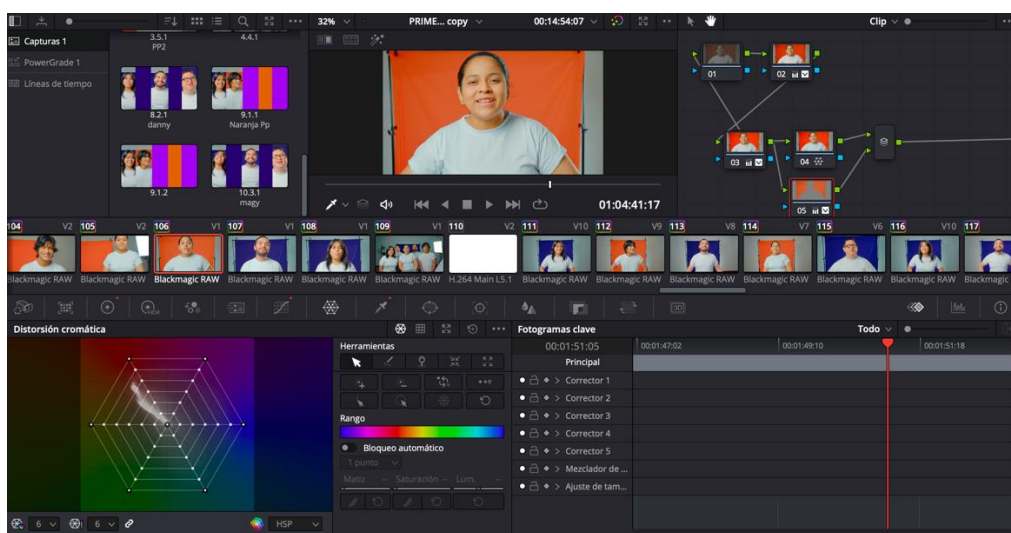


Imagen 7 Colorización 2/2 de Propuesta Audiovisual *Ésta es mi Piel*

2.4.11.4. Adobe After Effects

Para la correcta realización de los grafismos dentro de la composición, se selecciono el programa After effects, ya que ayuda a realizar un mejor seguimiento entre texto y movimiento de cámara de la composición.

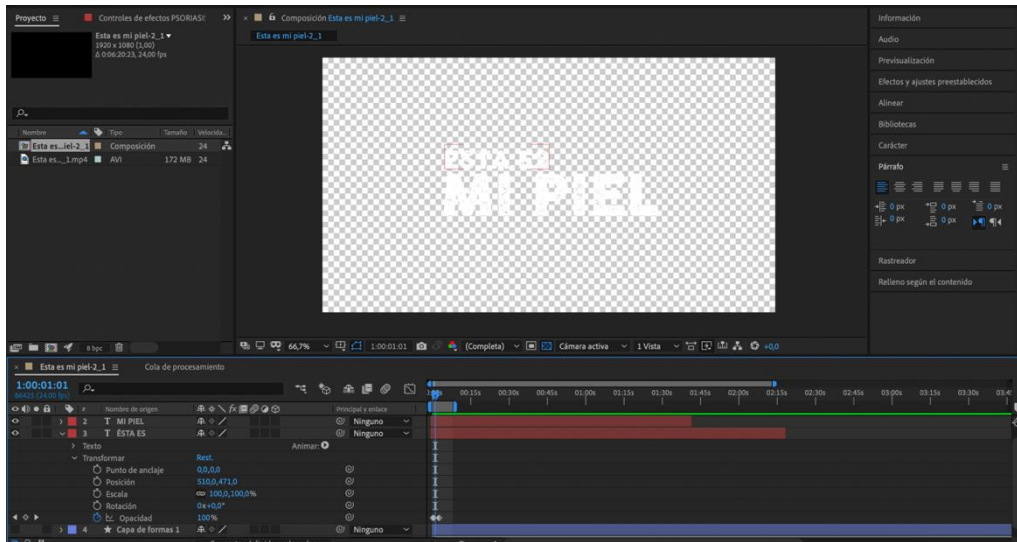


Imagen 8 Colilla de salida para Propuesta Audiovisual *Ésta es mi Piel*

2.4.12. Portada de Campaña Audiovisual – *Ésta es mi Piel*



Imagen 9 Portada para Presentación de Propuesta Audiovisual *Ésta es mi Piel*

2.4.13. Portada Promocional para presentación de 5 Minutos Pitch – Ésta es mi Piel



Imagen 10 Portada para 5 Minutos Pitch

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Se realizó la creación de la propuesta audiovisual acerca del tema de la psoriasis. Se espera que este proyecto permita a las comunidades de personas con psoriasis su integración, que sirva para crear proyectos sociales que permitan llegar con recursos como productos necesarios para la piel, de marcas que sean avalados por dermatólogos y que por tanto sean de utilidad para las personas que padecen de Psoriasis, y que, sin embargo, no cuentan con los recursos necesarios para poder acceder a este tipo de beneficios. Siendo así, importante considerar que este proyecto sea utilizado para iniciar una campaña junto al Ministerio de Salud de Ecuador.

Posterior a la finalización del material audiovisual, se realizó una valoración del trabajo medido con grupo de personas con y sin psoriasis, además de, personal que sea del área de salud. Este análisis, fue realizado mediante encuestas donde se mostró el producto audiovisual desarrollado y el paso siguiente fue compartirles un formulario de google para que pudieran contestar ciertas preguntas, siendo así, se muestran los resultados de las estadísticas y las respuestas que fueron obtenidas.

3.1. Resultados de la evaluación del impacto de la campaña audiovisual

– Ésta es mi piel

Para esta encuesta de evaluación sobre el impacto del proyecto audiovisual, se realizaron cuatro preguntas las cuales abarcan sobre qué les pareció la creación audiovisual, qué piensan acerca de este proyecto, la importancia del acompañamiento psicológico y la experiencia posterior a ver el audiovisual. Todas las preguntas fueron con opción a respuesta de párrafo para evaluar el resultado cualitativo en cuándo a la aceptación social de este contenido.

3.1.1. Encuestas

En vista del contenido audiovisual -Ésta es mi Piel- cuéntanos, ¿Te pareció relevante la información que se muestra en la cápsula? Por favor, responde con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si

Si, porque da a conocer información relevante sobre una realidad que muchos no conocen

si un buen tema aunque no lo padescas me parece que todos debemos conocer mas de que es la psoriasis

Si. Nunca vi tratar el tema de la psoriasis de esta manera.

Si porque había información que no conocía

Si, es bueno saber más sobre el tema de una manera tan llamativa.muu buen concepto

La compartieron, porque quiero apoyar.

Si Muy relevante porque nos da información de ls realidad que vivimos las personas que padecemos de psoriasis

Si. torna esta afección a la piel en algo divertido. a no sentir vergüenza v a generar confianza v conciencia

En vista del contenido audiovisual -Ésta es mi Piel- cuéntanos, ¿Te pareció relevante la información que se muestra en la cápsula? Por favor, responde con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si, porque da a conocer información relevante sobre una realidad que muchos no conocen

Si Muy relevante porque nos da información de ls realidad que vivimos las personas que padecemos de psoriasis

Si, torna esta afección a la piel en algo divertido, a no sentir vergüenza y a generar confianza y conciencia sobre ella.

Si, porque es una audiovisual que comunica y motiva al mismo tiempo.

Si porque hay que aprender e informarnos sobre ciertas enfermedades de las cuales nunca se habla , no se dice nada

si, porque da a conocer bien cómo llevar el proceso que se lleva.

Si. La información de saber que no es contagioso tiene una validez tremenda para los que no sabemos. Lo mismo al saber que puede presentarse a cualquier edad (como el señor de 35 años) nos vuelve más empáticos. También demuestra el apoyo psicológico que se debe brindar a alguien cercano a nosotros que tenga esta enfermedad.

Pregunta 1. Esta pregunta se realiza al espectador entre ellos personas con y sin psoriasis o alguna enfermedad de la piel. Esto, debido a, que la evaluación va a permitir identificar que todo tipo de público pueda comprender el proyecto realizado. De esta forma, uno de los comentarios indica lo siguiente: *-Sí. La información de saber que no es contagioso tiene una validez tremenda para los que no sabemos. (...) Nos vuelve más empáticos (...) a alguien cercano a nosotros que tenga esta enfermedad.-*

¿Crees que el contenido audiovisual comunica lo necesario en términos generales acerca de la Psoriasis? Por favor, responde con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si

Si, son precisos y claros en la información acerca de esta enfermedad

siii un buen tema bien explicito e imformatico

Si. Más que nada desde el punto de vista de quien lo padece.

Si porque las personas que salen ahí son testigos que cuentan sus experiencias con la psoriasis.

Si. no todos conocen sobre el tema.

Si.

Si excelente trabajo

Si pero falta comunicar con que remedios las puedes sobrellevar

¿Crees que el contenido audiovisual comunica lo necesario en términos generales acerca de la Psoriasis? Por favor, responde con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si excelente trabajo

Si pero falta comunicar con que remedios las puedes sobrellevar

En general sí, habría mucho que hablar sobre la psoriasis y sería estupendo que sea mediante cápsulas de videos un poco más detallado.

Si, cada uno se expresa de manera diferente sobre la enfermedad.

Si porque nos hace saber como empieza , no es contagiosa y sale a cualquier edad .

si, porque da la pautas necesarias en las que respondieron los entrevistados.

Si

Si. Es concreto, rápido, cuenta datos interesantes (e importantes). Particularmente me gusto que las historias personales fueron muy breves, yo tiendo a perder el interés con historias muy largas.

Pregunta 2. Aquí, se consultó al espectador si ellos consideraban que el contenido audiovisual comunicaba lo necesario acerca de ese tema. Donde, ellos como publico entre personas con y sin psoriasis o alguna enfermedad de la piel. Esto, debido a, que la evaluación va a permitir identificar que todo tipo de público pueda comprender el proyecto realizado. De esta forma, uno de los comentarios indica lo siguiente: *-Sí. Es concreto, rápido, cuenta datos interesantes (e importantes). Particularmente me gustó que las historias personales fueron muy breves, yo tiendo a perder el interés con historias muy largas.-*

Queremos leerte, cuéntanos qué te pareció - Ésta es mi piel

17 respuestas

Me pareció interesante, con una buena explicación de los diferentes procesos o las diferentes etapas de esta enfermedad

me pareció un tema importantísimo y de seguir sabiendo más de la psoriasis de dónde viene y de que proviene

Me parece bueno como cápsula para manifestar que se siente tener esta enfermedad y cómo se sienten en relación con las personas que los rodean. Creo que por ignorancia de la población en su mayoría a veces hay algo así como rechazo incluso por temor a contagio.

Me gustó mucho, es un material audiovisual que considero yo que debería de ser conocido por el público en general.

Buenísimo, bien pensado

Excelente vídeo, mensaje y la diseñadora

Excelente

Queremos leerte, cuéntanos qué te pareció - Ésta es mi piel

17 respuestas

Excelente información que debería ser más difundida

Jugar con los colores preestablecidos que simboliza la psoriasis me pareció súper divertido ya que a su vez contrastan entre sí. Pintar con maquillaje las afecciones se me hizo un poco preocupante que no les creé alguna alergia pero para la idea de hacerlo y que contraste con el fondo me pareció bien.

Mucho

Una propuesta audiovisual muy interesante, me sentí enganchada hasta el final.

Una información muy importante ya que muchas personas desconocen sobre esta enfermedad .

un video dinámico, alegre que trata de tomar conciencia de lo importante que es para cada persona conocer bien de la Psoriasis

Muy bonito

Me pareció un video informativo, breve y dinámico (no perdí el interés en ningún instante).

Pregunta 3. En esta ocasión, se quiso conectar completamente con los usuarios que participaban de esta encuesta, dejando como pregunta abierta el que tengan la oportunidad de comentar qué les pareció el video. Por lo cual, ellos como público entre personas con y sin psoriasis o alguna enfermedad de la piel comentaron lo siguiente: *-Me pareció un video informativo, breve y dinámico (no perdí el interés en ningún instante).- así también, indicaron: -Un video dinámico, alegre que trata de tomar conciencia de lo importante que es para cada persona conocer bien de la Psoriasis.-*

Dentro de lo que se habló en la cápsula audiovisual fue el tema del apoyo psicológico, ¿Consideras necesario un espacio que brinde acceso a la salud de la piel para personas de escasos recursos? Por favor, responda con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si

Si, precisamente porque no todas las personas pueden tener este apoyo psicológico necesario para superar la condición que esté presentando en algún momento de su vida y que se torna difícil su aceptación ante la sociedad

sii es bien importante ya que quisas hay gente que tiene los recursos para tratarselos buen tema me emcanto quiero saber mas de el

Si. Es importante. Las personas que padecemos enfermedades inmunológicas que son crónicas por supuesto y que nos dejarán secuelas en algún momento de la vida necesitamos un apoyo una orientación.

Si porque la salud de la piel es igual de importante que la salud de cualquier otro órgano, Y no todos están aptos económicamente para solventar los gastos que normalmente conlleva tener una enfermedad en la piel.

Si, hay personas q trabajan todo el día en el sol

Si es necesario ya que hay muchas personas que no tienen accesos a la información

Dentro de lo que se habló en la cápsula audiovisual fue el tema del apoyo psicológico, ¿Consideras necesario un espacio que brinde acceso a la salud de la piel para personas de escasos recursos? Por favor, responda con un Sí o No y Por qué.

17 respuestas

Si, por que la gente que rodea a los afectados no tienen conocimiento sobre el tema y estos cogen como burla, por ende crean incomodidades, vergüenza y menosprecio a quien sufre de psoriasis aislándolo de la sociedad y/o para sí mismo. Por ende, si es necesario tener apoyo psicológico gratuito para quienes no tengan asequibilidad a ello.

Si porque la salud es un derecho de todos

la verdad que si ya que cada uno lleva de forma diferente cada padecimiento, y así se controlaría de mejor manera

Si es importante tener un apoyo profesional dentro de esta enfermedad

Si. La enfermedad en sí no es peligrosa, pero el rechazo y el bullying sí lo pueden ser. Esta es una realidad, cuando se juega con la mente de una persona, esta puede entrar en depresión y cometer actos en contra de su propia integridad física (el peor de los casos), o simplemente ser una persona infeliz el resto de su vida porque no logra aceptarse.

Pregunta 4. Para finalizar, se consultó sobre el tema de apoyo psicológico que fue uno de los imcapié que se hizo en el proyecto audiovisual. Teniendo en el público personas con y sin psoriasis o alguna enfermedad de la piel. Entre los comentarios que dejaron, indicaron lo siguiente: *-Sí. La enfermedad en sí no es peligrosa, pero el rechazo y el bullying sí lo pueden ser. Esta es una realidad, cuando se juega con la mente de una pesona-* Por esta razón, se considera que el proyecto ha cumplido con su objetivo inicial.

3.2. Análisis de costos

La descripción de los costos que se han realizado para este proyecto se tomó de dos fuentes, las cuales son La Senadi y el Colegio de Diseñadores Profesionales Autónomos del Ecuador, para poder realizar en base a los tarifarios actuales, el presupuesto del audiovisual – Ésta es mi Piel –. A continuación, la tabla del presupuesto:

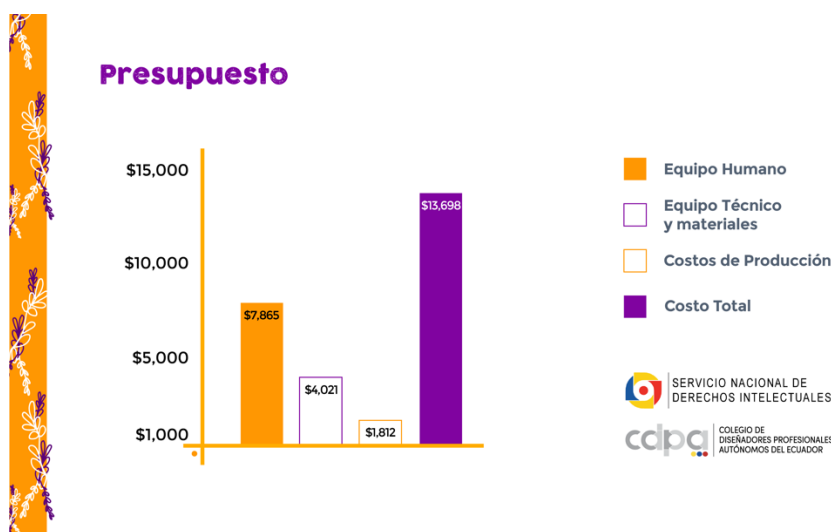


Imagen 11 Presupuesto - Ésta es mi Piel

Dentro del equipo humano, se encuentra el director general, director de fotografía, director de arte, director de casting, guionista, diseñador, sonidista y técnicos de producción, de los cuales son: asistente general, cámara 1, asistente de sonido, staff técnico y equipo de maquillaje. Siendo de esta forma 14 personas que forman parte de la producción del proyecto audiovisual.

Las personas consideradas a salir en la grabación son pacientes con psoriasis. Para este proyecto en específico, son cinco entrevistados, con los cuales se ha considerado logística de ida y vuelta. En su postproducción, se encuentra el armado off line, armando on line, colorización, composición de escenas, animaciones 2D y un

postproductor de audio. Esto también es contado como equipo humano, de parte de la post producción.

Dentro del equipo técnico y materiales, se ha considerado: una computadora, un disco ssd de almacenamiento, tarjeta gráfica, micrófonos + accesorios, consola de sonido zoom, maquillaje y peinado, alquiler de luces, alquiler de cámara + lentes, accesorios de cámara, utilería/vestuario. Así también, en los costos de producción, se consideró la alimentación, alojamiento y otros siendo estos: Catering, movilización y locación. Por otra parte, en la sección de -otros- se encuentran los derechos de autor, marketing/difusión, registro de obras literarias, solicitud de obras literarias y audiovisuales. El desglose de este presupuesto se adjunta en el Apéndice A – Tabla de presupuesto.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

El objetivo de este proyecto era construir una propuesta audiovisual a través de la exposición de los problemas que tienen las personas con psoriasis que se enfoque en conectar diferentes realidades de lo que significa sobrellevar esta la enfermedad. Con una narrativa audiovisual que incorpore el autoestima, respeto y diversidad en la importancia de la salud de la piel.

Así bien, la aportación principal de este trabajo consiste en la elaboración de un audiovisual que trate sobre el tema de la Psoriasis para la concientización social de esta comunidad. Y lograr de esta forma, su integración, debido a, que no existe en Ecuador una comunidad definida de personas con este tipo de padecimiento.

El resultado de este trabajo ha sido el audiovisual – Ésta es mi Piel – y muestra a cinco personas con psoriasis, donde comentan cómo es su vida, cómo ha sido su proceso de aceptación con esta enfermedad de la piel y cómo se sienten actualmente. De esta forma, se conectan tres beneficios los cuales son: beneficio emocional, impacto social e información de salud. Para un público que tenga o no Psoriasis. Cumpliéndose de forma satisfactoria, los objetivos propuestos para este proyecto integrador.

Para concluir, es necesario redactar y plantear las acciones futuras que este proyecto puede derivar. Siendo así, una serie de capsulas audiovisuales que traten sobre las diversas enfermedades de la piel, su historia, sus causas o si existe un grupo determinado de personas con

evidencia y acceso a la salud aquí en Ecuador. Así también, queda una investigación por delante que se puede tratar, sobre los tipos de narrativa audiovisual y la importancia que como creadores de contenido o guías de construcciones audiovisuales que fomentan a la creación de comunidades e influencia social, para de esta forma crear nuevas narrativas que aporten socialmente.

4.2. Recomendaciones

Recomendaciones desde el punto de vista metodológico

El tema que se ha tratado se ha desarrollado en base a entrevistas, encuestas y material bibliográfico. Esto, sirve para generaciones futuras que estén en búsqueda de innovar en áreas de salud de la piel y en base a nuevas narrativas audiovisuales con un enfoque en marketing social. Por consiguiente, se recomienda, en caso de que se desee, continuar con esta investigación aplicando otras metodologías de narrativas audiovisuales que puedan ser empleadas al momento de desarrollar contenido en áreas de salud.

Recomendaciones prácticas

Se puede generar a raíz de este proyecto un sistema comunitario que ayude a las personas con enfermedades de la piel. Así también, estudiantes de FADCOM, podrían desarrollar la continuidad de este proyecto con cápsulas audiovisuales que abarquen otros tipos de enfermedades, cuidados y prevención de la salud de la piel.

BIBLIOGRAFÍA

- Ochando, J. C. (2018). Neurocomunicación audiovisual: intereses comunes entre la neurociencia y la comunicación audiovisual. Madrid, España.
- Pellicer Jordá, M. T. (12 de mayo de 2016). LA PUBLICIDAD Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL. Murcia, España.
- Bladimir, V. C. (Abril de 2012). LENGUAJE VISUAL PUBLICITARIO COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN EN EL STREET ART: CREACIÓN Y DIFUSIÓN. Barcelona, España.
- MaCruz, A. L. (07 de Octubre de 2009). ¿PUBLICIDAD SOCIAL? Usos y abusos de “lo social” en la publicidad. *REVISTA ICONO 14 - DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*(13), 125-151.
- Bottinelli, María Marcela y Remesar, Sergio Esteban. (2013). *Promoción y educación para la salud en medios audiovisuales. Estado de situación e identificación de áreas de vacancia respecto de necesidades prioritarias en salud*. Recuperado el agosto de 2021, de Acta Académica: <https://www.aacademica.org/000-054/3.pdf>
- Massuht Cruz, H. N. (2016). Comunicación en salud, un campo inexplorado por los medios. Diseño de la campaña comunicacional “Dale Crossfit”. Guayaquil, Ecuador.
- Gaceta Médica de México, L. p. (27 de 09 de 2017). *Medigraphic*. Recuperado el Agosto de 2021, de <https://www.medigraphic.com/pdfs/gaceta/gm-2018/gm184o.pdf>
- Medline Plus. (s.f.). *Medlineplus*. Recuperado el agosto de 2021, de NIH, Biblioteca Nacional de Medicina de los EE.UU.: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000434.htm>
- Peyri, J. (2010). *Comprender la Psoriasis*. Barcelona, España: Amat.
- Carranza Delgado, K. M. (2020). *La psoriasis como desorden común de la piel. Causas y tratamientos*. Recuperado el AGOSTO de 2021, de RECIAMUC: <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/497/757>
- Lozano, A. d. (2019). *TRASTORNOS EN LA CALIDAD DE VIDA Y PLAN DE CUIDADOS ESTANDARIZADO EN UN PACIENTE CON PSORIASIS*.

Recuperado el Agosto de 2021, de Repositorio - Universidad de Cantabria:

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/16484/DelBarrioLozanoAna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manuel Sánchez Regaña, R. O. (2003). *ESTUDIOS CLÍNICOS Y DE LABORATORIO, El impacto psicosocial de la psoriasis*. Unidad de Psoriasis. Servicio de Dermatología. Hospital Sagrado Corazón. Unidad Docente de la Universidad de Barcelona. Instituto P. I. Umbert de Dermatología. Clínica Corachan. Unidad de Psicodermatología. Instituto P. I. Umbert de Dermatología. Barcelona: Actas Dermosifiliogr.

UCBCares Psoriasis. (s.f.). *UCBCARES*. Recuperado el agosto de 2021, de UCB Inc.:

<https://ucbcares.es/pacientes/psoriasis/es/content/1459871879/mitos-y-realidades-sobre-psoriasis>

Edición Médica. (29 de octubre de 2015). *Psoriasis: especialistas necesitan censo real de pacientes*. Recuperado el agosto de 2021, de Edición Médica:

<https://www.edicionmedica.ec/secciones/profesionales/pacientes-con-psoriasis-no-quieren-ser-enfermos-cronicos-86614>

El Telégrafo. (26 de diciembre de 2020). *Sociedad - Paola Cárdenas: "La psoriasis la puede padecer un bebé o una persona mayor de 90 años"*. Recuperado el AGOSTO de 2021, de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/paola-cardenas-psoriasis-bebe-persona-mayor>

Ingrid Palau, J. A. (2010). *Revista Tecnológica ESPOL, Vol. xx, N. xx, pp-pp, (Mes, 2010)*. Obtenido de DSPACE: [https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10223/1/Campaña a%20Audiovisual%20Artistas.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10223/1/Campaña%20Audiovisual%20Artistas.pdf)

Carmen Paz Aparicio, R. V. (s.f.). *PUBLICIDAD Y EFICACIA PUBLICITARIA: Influencia de la posición, repetición y estilos publicitarios en la eficacia de los anuncios televisivos entre los jóvenes*. Obtenido de Universidad de Oviedo.

PLANAS, J. C. (2017). *USIL, Universidad San Ignacio de Loyola*. Recuperado el agosto de 2021, de Repositorio USIL:

- http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3593/1/2017_Lynch-Planas.pdf
- Abad, M. V. (abril de 2018). *La función social de la publicidad: de la concienciación a la responsabilidad social*. Recuperado el agosto de 2021, de CEU Universidad San Pablo, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion_MonicaViñaras_LeccMag_FH%26CCCEU_2018.pdf
- Gugel, A. (30 de julio de 2020). *Analizamos la transformación del sector publicitario en estos últimos meses y cuál será su evolución en un futuro, de la mano de uno de los artífices de la campaña de Bankinter*. Obtenido de UNIR: <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/como-ha-cambiado-la-publicidad-durante-la-pandemia/>
- Olga Solanas García, G. C. (2011). *Nuevos medios publicitarios: la influencia del mundo digital en la planificación de medios*. Recuperado el agosto de 2021, de <https://www.raco.cat>
- Peiró, R. (15 de Febrero de 2020). *Medios Publicitarios*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/medios-publicitarios.html>
- Ortiz, M. J. (Septiembre de 2018). *Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad*. Obtenido de Departamento de Comunicación y Psicología Social, Universidad de Alicante: <https://core.ac.uk/download/pdf/162129835.pdf>
- Abad, M. V. (abril de 2018). *La función social de la publicidad: de la concienciación a la responsabilidad social*. Obtenido de CEU Universidad San Pablo: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion_MonicaViñaras_LeccMag_FH%26CCCEU_2018.pdf
- Question Pro. (s.f.). *Diseño de investigación. Elementos y características*. Recuperado el agosto de 2021, de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/disenyo-de-investigacion/>
- UNIR. (s.f.). *Investigación Bibliográfica*. Recuperado el Agosto de 2021, de FACMED UNAM MX: <http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/ss/wp-content/uploads/2018/10/12.pdf>

Pinteño, M. N. (1978). *Metodología del trabajo científico* (Vol. I). Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Javier Murillo Torrecilla, G. H. (s.f.). *La entrevista*. Recuperado el septiembre de 2021, de Pontificia Universidad Católica Argentina: http://www2.uca.edu.ar/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

Romo, H. L. (1998). *La metodología de encuesta, Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Recuperado el Agosto de 2021, de Biblioteca Marco: https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia_encuestas.pdf

APÉNDICE B – Escaleta

ESCALETA – ÉSTA ES MI PIEL

Escena	Día/Noche	Int/ext	Descripción de la escena
1	Día	Int	Entrevista a Danny Guion, líneas Danny
2	Día	Int	Entrevista a Chris Guion, líneas Chris
3	Día	Int	Guion, líneas Magy
4	Día	Int	Entrevista a Fede Guion, líneas Fede
5	Día	Int	Entrevista Andrea Guion, líneas Andrea

APÉNDICE C – Plan de Rodaje

PLAN DE RODAJE GENERAL – ÉSTA ES MI PIEL

PRODUCTOR: Lilibeth Gavilánez

TOTAL DÍAS DE RODAJE: 2

DIRECTOR: Andrea Rocafuerte

TOTAL MESES DE RODAJE: 1

MES: JULIO

Fecha	Día/noche:	Horas de grabación	ESCENAS	EQUIPO TÉCNICO	LOCACIÓN	AMBIENTACIÓN	CASTING	VESTUARIO Y MAQUILLAJE
03/07/2021	Día	8 horas	3	Cámara Boom Zoom Rebotadores de luz Luces	Teatro ESPOL	Set de grabación	Chris Danny Magy	Camisa blanca, Pantalón blue jean o negro.
Int/ext: Int	Efectos especiales : No hay efectos			LUCES: Natural		ATREZZO:	EXTRAS : No hay extras	MAQUILLAJE Base para una mejor iluminación en el rostro

DESCRIPCIÓN DE ACCIÓN

Entrevista a las tres personas con mayor tonalidad en su color de piel con tonalidades blancas, utilizando el fondo color morado. Con la intención de que resalten dentro de la composición.

NOTA : Black Magic

Fecha	Día/noche:	Horas de grabación	ESCENAS	EQUIPO TÉCNICO	LOCACIÓN	AMBIENTACIÓN	CASTING	VESTUARIO Y MAQUILLAJE
10/07/2021	Día	8 horas	2	Cámara Boom Zoom Rebotadores de luz Luces	Teatro ESPOL	Set de grabación	Fede Andrea	Camisa blanca, Pantalón blue jean o negro.
Int/ext: Exterior	Efectos especiales : No hay efectos especiales			LUCES: Iluminación Artificial		ATREZZO: Cámara fotográfica	EXTRAS : No hay extras	MAQUILLAJE Base para iluminación

DESCRIPCIÓN DE ACCIÓN:

Entrevista a dos tres personas con mayor tonalidad en su color de piel con tonalidades oscuras, utilizando el fondo color naranja. Con la intención de que resalten dentro de la composición.

NOTA: Black Magic

Mes: JULIO

APÉNDICE D – Desarrollo de Guion

Esta es mi piel
por Andrea Rocafuerte

AR

Basado en historias

@casadilueli

casadilueli@gmail.com

INT. TEATRO

Voz Off. Tener Psoriasis significa

ANDREA
¡Ser increíble!

Andrea sonríe

CORTE

Voz Off. La psoriasis tiene un origen genético. Puede

aparecer por primera vez a cualquier edad.

Tomas de miradas de CHRIS, DANNY, FEDE, CARLOS, ANDREA

CORTE

CHRIS
Desde los 6 años

CORTE

DANNY
Desde los _____

CORTE

FEDE
Desde los 11 años

CORTE

CARLOS
Desde los 15 años

CORTE

ANDREA
Desde siempre

Ronda de preguntas

¿A qué te dedicas?

CHRIS
Soy odontólogo ...

DANNY
Soy ...

FEDE
soy___ ...

CARLOS
Soy_____....

ANDREA
soy___ ...

CORTE

En qué parte de tu cuerpo lograste
verla por primera vez ¿?

CHRIS
en ...

DANY
en ...

FEDE
en ...

ANDREA

en ...

CARLOS

en ...

CORTE

En términos médicos nos puedes explicar ¿qué es la psoriasis? ¿Qué pasa con tu cuerpo

CORTE

¿Cómo te llevas con tu enfermedad?

CORTE

¿Cómo lleva tu familia, amigos o pareja tu enfermedad? ¿Existe un apoyo emocional de por medio?

CORTE

¿Cómo relacionas la psoriasis en tu ámbito laboral? ¿haz tenido algún inconveniente? ¿tus compañeros conocen de tu condición? ¿Cómo lo llevan?

CORTE

¿Cómo es tu vínculo con la sociedad?
En general

CORTE

Algún momento negativo que te haya tocado pasar por tu aspecto físico (Brote)

CORTE

¿Cómo sobrellevas estos malos ratos?

CORTE

¿Cómo se te desencadena la psoriasis?
(¿Qué causa que tengas brotes?)

CORTE

¿Cuándo tienes brotes lo ocultas o
sigues viviendo tu vida de forma
normal?

CORTE

¿Haz recibido ayuda psicológica para
sobrellevar la enfermedad?

CORTE

Crees que es necesario que las
personas con psoriasis tengan ayuda
psicológica ¿Por qué?

CORTE

Quitando los momentos malos que has
pasado con la enfermedad ¿Qué te ha
enseñado a lo largo del camino?

CORTE

¿Entonces qué significa tener
psoriasis para ti? (Intentemos de qué
sean respuestas positivas)

CORTE

¿Cuál es el mejor consejo que le
puedes dar a una persona con
Psoriasis?

CORTE

DANY

Es Psoriasis con P al principio

CHRIS

No se pega

FEDE

No se contagia

CARLOS

Recupera la confianza

CHRIS

Restablece tu fuerza

ANDREA

No tiene cura, pero puedes aprender a sobrellevarlo es prácticamente una extensión de mí

CARLOS

Si no sabes cómo¿?

DANY

Busca ayuda

FEDE

No estas sola

ANDREA

No estas solo

CHRIS

Ser diferente no está mal, no es tu culpa

CARLOS

No tengo qué esconderme o cambiar lo que me hace ser yo

ANDREA

La vida es muy corta para seguir escondiéndote

ANDREA

Mírame

FEDE

Mírame a la cara

ANDREA

No me escondo más. Me cuido. Busco potenciarme de luz y sentirme mucho mejor conmigo

CHRIS

Porque yo lo valgo

CARLOS

Porque tu lo vales

TODOS

Porque todos lo valemos

TODOS

Ésta es mi piel