

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte y Comunicación Audiovisual

Realización de corto documental sobre la musicoterapia cómo ayuda para el tratamiento de la ansiedad y estrés en la pandemia.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Producción para Medios de Comunicación

Presentado por:

Naomi Martínez Litardo

Ariana Romanó Bustamante

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a todas las personas que buscan generar cambios a través de formatos audiovisuales. Y a todos quienes alguna vez se han sentido impotentes ante la ansiedad. Este proyecto es para ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros más sinceros agradecimientos a nuestros padres por siempre creer en nosotras, brindándonos su amor y apoyo incondicional. A las personas que colaboraron desinteresadamente en este proyecto. Carlos, Leslie, Doménica, Valeria, Andrés, Tatiana y Christian; su aporte fue fundamental. A nuestros maestros a lo largo de nuestra carrera universitaria, gracias por todos los conocimientos adquiridos. A nuestro tutor, por guiarnos y ayudarnos estos últimos meses. A todas las personas que nos brindaron su apoyo a lo largo de este proceso.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Ariana Romanó y Naomi Martínez 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”.



Ariana Romanó



Naomi Martínez

EVALUADORES



.....
Omar Rodríguez

PROFESOR DE LA MATERIA

GEORGI
KUTEV
KARAGYOZOV

Firmado digitalmente
por GEORGI KUTEV
KARAGYOZOV
Fecha: 2021.09.17
12:37:47 -05'00'

.....
Georgi Karagyzov

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

En los últimos años el auge de la tecnología trajo consigo un aumento en el consumo de información online, la mayoría transmitida a través del formato de video. El problema radica en la falta de audiovisuales sobre temas de salud mental. Ante esta escasez, decidimos abordar la importancia del audiovisual y fusionarlo con un tema poco conocido, pero de interés, como lo es la musicoterapia. Este proyecto tiene como objetivo realizar una propuesta audiovisual para la producción de un corto documental, que exponga las características que posee la musicoterapia como ayuda para tratar la ansiedad postpandemia. Para esto se realizó un mini documental capturando el testimonio de cuatro personas que sufren ansiedad, junto a información profesional de una psicóloga clínica y a de un perito en musicoterapia. Todo esto acompañado de una voz en off, que llevará el hilo de la narrativa, y pequeñas animaciones que ayudaron a explicar de mejor manera teorías tanto de psicología como de la música. La correcta aplicación de los conocimientos en las tres fases de producción (Pre producción, producción y post producción) dio como resultado una pieza audiovisual comprensible, armoniosa y estética. El buen manejo de animación y edición ayudó de forma efectiva a que se transmita una información de valor, sin caer en la monotonía. En conclusión, el proyecto cumple a cabalidad el objetivo general propuesto, presentando contenido de valor de una manera innovadora.

Palabras Clave: Proyecto Integrador, Documental, Audiovisual, Ansiedad, Musicoterapia

ABSTRACT

In recent years the rise of technology brought with it an increase in the consumption of online information, most of it transmitted through video format. The problem is the lack of audiovisual content about mental health. Given this scarcity, we decided to address the importance of audiovisual and merge it with a topic little known, but of interest, such as music therapy. This project aims to make an audiovisual proposal for the production of a short documentary, which exposes the characteristics of music therapy as an aid to treat post-pandemic anxiety. For this, a mini documentary was made capturing the testimony of four people who suffer from anxiety, along with professional information from a clinical psychologist and an expert in music therapy. All this accompanied by a voiceover, which will carry the thread of the narrative, and small animations that helped to better explain theories of both psychology and music. The correct application of knowledge in the three phases of production (Pre-production, production and post-production) resulted in an understandable, harmonious and aesthetic audiovisual piece. The good handling of animation and editing effectively helped to transmit valuable information, without falling into monotony. In conclusion, the project fully meets the proposed general objective, presenting valuable content in an innovative way.

Keywords: Integrative Project, Documentary, Audiovisual, Anxiety, Music Therapy

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Justificación del problema	4
1.3 Objetivos	6
1.4 Marco Teórico	6
CAPÍTULO 2	10
2. Metodología	10
CAPÍTULO 3	19
3. Resultados y análisis.....	19
CAPÍTULO 4	21
4. Conclusiones y recomendaciones	21
BIBLIOGRAFÍA	23
APÉNDICE.....	25

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente consumimos un sin número de contenido audiovisual en diferentes plataformas, a las cuales podemos acceder sin limitación desde nuestro teléfono celular. Debido a la pérdida de popularidad de la televisión y otros medios no digitales, las nuevas generaciones reciben su información desde las redes sociales. Según Pew Research Center Journalist & Media (Shearer Gottfried, 2017) más de la mitad de los norteamericanos, el 67%, se informan a través de redes sociales. Desde el comienzo de la pandemia COVID 19, las personas comienzan a usar aún más las redes sociales y a consumir más los formatos de videos sobre los de fotografía o texto. Un estudio elaborado por la empresa 2btube constata un incremento del 55% en el número de reproducciones en la plataforma de YouTube en Europa, durante la segunda quincena de marzo de 2020 respecto al mismo período en 2019 (Orduña-Malea et al., 2020). El formato video es uno de los formatos con más alcance en internet y las redes sociales. Según datos de Global Web Index, recogidos por Hootsuite y We are social, el 92% de los usuarios cibernéticos consumen videos online, lo que posiciona al vídeo como el tipo de contenido más demandado. Su alcance se debe a que la motivación de entretener asociada al acto de compartir un video puede relacionarse también con el concepto de contagio emocional. Guadagno, Rempala, Murphy, & Okdie (2013) lo explican de la siguiente manera: “Cuando las personas ven videoclips en Internet, pueden experimentar las mismas emociones que las personas en los videos, y al reenviar ese clip, anticipan que el receptor experimentará emociones similares”. A esta razón se le puede atribuir la alta interacción que tienen los videos con los usuarios a diferencia de otros formatos. Por lo cual se puede asumir que para alcanzar visibilidad o esperar viralidad en redes sociales, el formato de video es el ideal.

Por el contexto explicado, este proyecto pretende alcanzar a un público digital, mediante un mini documental en el que se difunda información sobre la musicoterapia como tratamiento para los estragos causados por la pandemia.

Creando una pieza en formato video en donde se exponga que es la musicoterapia, sus tipos y beneficios en la vida de las personas ante la situación post pandemia. A través del mini documental se quiere crear un producto informativo que pueda ser usado por diferentes entidades. De esta manera, alcanzar al mayor público posible mediante las redes sociales y formatos digitales, así más personas pueden conocer acerca de esta técnica y los beneficios que trae.

1.1 Descripción del problema

Aunque el formato de video es uno de los más demandados en el nuevo contexto de la era digital y las redes sociales, sigue siendo uno de los más complejos en producir. Un artículo de la Universidad de Sevilla menciona que entre los problemas de producción de videos para difusión educativa se encuentran los altos costos, la correcta transmisión de información al audiovisual y los derechos de autor en videos institucionales (Cabero, 2002) Desarrollando esta información, es importante apuntar que actualmente se pueden realizar videos con un presupuesto bajo, pero se puede llegar a comprometer la calidad y resultado final del video. El productor Garth Stein (2006) estima que una producción audiovisual estudiantil de alta calidad puede llegar a costar \$1,000 en adelante por minuto. Cabe recalcar que no toda persona tiene la capacidad de plasmar correctamente la información requerida al producto final, por lo que realizar un video resulta mucho más complejo que una producción escrita.

A pesar de que producir un video toma más tiempo que escribir texto, el consumo de video en redes sociales sigue en incremento. De hecho, según los datos de la compañía publicitaria Zenith, la persona promedio en el 2021 consume 100 minutos de video al día en redes sociales. También, un artículo de Nueva Zelanda que estudió el comportamiento de los usuarios en redes sociales, expone que las personas buscan conectar con el contenido que consumen y más del 60% de los usuarios prefieren ver contenido en formatos cortos sin mucho texto (Shahbaznezhad et al. 2021) Los formatos pequeños (15s a 20 min) son los más consumidos en redes sociales populares como Facebook y YouTube. Por lo cual en este proyecto se estima que el formato mini documental tendría más acogida en un entorno digital que un formato más largo típico del documental. Pero, aunque el

formato sea el adecuado, según el Pew Research Center las personas son más propensas a ver y compartir videos de comedia o humor (Purcell,2010). Así que los videos sobre contenido científico, como el de este proyecto, tienen menos probabilidades de volverse viral en redes sociales y alcanzar a una gran audiencia.

Por otro lado, en Ecuador los medios de comunicación se encuentran activos en medios digitales, pero aún no le dan importancia al campo de divulgación científica ni de temas de salud. De toda la información que producen, muy poca está comunicada mediante formatos audiovisuales. La publicación “Tratamiento de Información en Salud en Plataformas Digitales de Ecuador” (Ontaneda et al., 2016) señala que durante el 2014 y 2015 menos del 7% de los reportajes y artículos de los medios de comunicación eran sobre temas de salud. También recalcan que las noticias completas con imagen, audio y video son equivalentes al 5%. Por lo que entendemos qué hay escasez de contenido sobre temas de salud en plataformas digitales de los medios de comunicación ecuatorianos y aún menos en formato audiovisual. Durante el pleno auge de la pandemia COVID 19, se comienza a generar más contenido sobre salud. Pero mucho de este contenido está dirigido al progreso del virus y su prevención. No se desarrolla contenido audiovisual sobre temas de salud mental, que es tan importante en tiempos de incertidumbre. Un análisis sobre la comunicación de salud en medios digitales ecuatorianos durante el periodo de febrero a abril del 2020, afirma que los Medios de Comunicación públicos y privados no tienen como prioridad difundir información en el campo de la salud mental, sino que se enfocan en la epidemiología del virus (Flores, 2021).

En consecuencia, este proyecto pretende ayudar a disminuir la escasez de piezas audiovisuales sobre temas de salud en Ecuador. Así dar a conocer un tema de importancia al público general, como lo es la musicoterapia. Del mismo modo, llegar a un público digital con el formato, mini documental, que creemos óptimo para que nuestro proyecto alcance la mayor cantidad de espectadores posibles.

1.2 Justificación del problema

Una imagen vale más que mil palabras. Cada día, las personas prefieren más los videos en los medios de plataformas online. En los últimos años se ha visto un crecimiento considerable hacia el acceso de información de esta manera, convirtiéndose en una de las formas fundamentales para informarse sobre hechos y temas de la actualidad. Las pantallas remplazaron a las páginas, a las imágenes y a las palabras.

Navia Media (2019) afirma que el 55% de la población consume videos diariamente. Además, está comprobado que se retiene el 95% de información vista en un video, en relación al 10% que se retiene leyendo un texto. El impacto que tiene un minuto de video equivale al impacto de 1,9 millones de palabras (Forrester, James). Esto pasa porque se aplica la Ley del Mínimo Esfuerzo, es decir, tratar de obtener los mismos resultados, pero empleando la menor cantidad de energía. Todo eso se consigue con lo audiovisual.

Actualmente vivimos en un sistema mediático dominado por la imagen y el video, la importancia de lo audiovisual radica en que es un recurso rápido y eficaz, aumentando la interacción y proximidad con nuestra audiencia. Mediante lo audiovisual podemos mostrar, guiar, enseñar, comunicar y comentar de forma virtual y visual. Además, tenemos absoluta libertad creativa para transmitir mensajes según nuestra perspectiva. Por eso, es importante avanzar con el desarrollo de esta herramienta, ya que es el medio perfecto para comunicar de forma fresca, cercana y autónoma.

Sin embargo, como productoras audiovisuales, también estamos conscientes sobre las dificultades que conlleva la realización de un buen producto audiovisual. Comenzando con el factor tiempo, ya que es complejo lograr transmitir con claridad y eficacia un tema en pocos minutos, además de enganchar al espectador en los primeros segundos de reproducción. Una vez que se tiene la idea y la manera en que se piensa ser transmitida, otra dificultad que se presenta en el camino es la forma de ponerla en práctica. Por este motivo hay que ser muy cuidadosos en temas como presupuesto, escenografía, staff, equipos y disponibilidad. Un buen

audiovisual se logra trabajando en equipo y teniendo la cooperación de todos. No es sencillo producir un audiovisual, hay que invertir dinero en equipos y personal, y más aún si son temas relacionados con salud ya que hay que contactar a especialistas y pedir su colaboración dentro del proyecto. Sí, es difícil, pero tampoco es imposible. No se necesita de gran capital, para hacer un video de calidad. Solo se necesita tener clara la idea y, partiéndose de eso, buscar la manera más viable para hacerla realidad. Además, hoy en día existen programas y aplicaciones que permiten realizar procesos audiovisuales de manera más sencilla, como edición, colorización, sonido, etcétera. Adicional, muchas personas de otras áreas han empezado a aceptar que el audiovisual es una herramienta fundamental en el mundo actual y es la mejor manera para que sus conocimientos puedan ser transmitidos y receptados. Las redes sociales han ayudado mucho a la difusión de videos, así que, si no se cuenta con el apoyo de instituciones para difundir nuestro minidocumental, nosotras mismas podremos difundir en nuestras redes y ser compartida a través de nuestros contactos. Las redes sociales, en especial Instagram y Facebook, han pasado de ser una plataforma de imágenes a ser una plataforma donde prima los videos informativos y de entretenimiento. El video está en auge y no hay mejor momento que realizar una pieza audiovisual que el ahora.

Un video se recepta de forma pasiva, se obtiene la información en menos tiempo y se asocia más a los humanos, ya que se compone de imagen y sonido, al igual que nuestro entorno. La Psicóloga Susan Weinscheik (2017) afirma que, en la actualidad se prefiere ver un video antes que leer un artículo. Cuando una persona lee, requiere de atención y esfuerzos cognitivos. En cambio, con lo audiovisual, la información le llega de forma pasiva y es mucho menos exigente. Por consiguiente, el cerebro al emplear menos energía, el video hace que requiera una atención en los sentidos auditivos y visuales, por lo que hace que aumente el nivel de atención de la audiencia. Por eso se estima que un video se procesa 60.000 veces más rápido que un texto.

No hay duda que la pandemia trajo como consecuencia un incremento de este medio en la cotidianidad, en especial en el ámbito de salud. No obstante, todavía existe escasez de contenido de valor audiovisual en comparación con otros contenidos sobre temas banales. Y aunque producir un video es más costoso que

realizar un trabajo escrito, tenemos la certeza que a través de este formato podemos transmitir un claro mensaje, tener más alcance digital y que el público reciba la información de mejor manera. Nuestro objetivo es que las personas sepan sobre la musicoterapia y sus beneficios, y con un video hecho minidocumental lograremos el impacto deseado.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar una propuesta audiovisual para la producción de un corto documental que exponga las características que posee la musicoterapia en entornos de comunicación social.

1.3.2 Objetivos Específicos

- 1- Comprender formatos audiovisuales utilizados en el campo de la medicina para la divulgación de terapias alternativas
- 2- Reconocer las principales plataformas de divulgación científica para la exposición de audiovisuales que abordan terapias alternativas
- 3- Seleccionar la temática más adecuada para la realización de una propuesta audiovisual que trate terapias alternativas.

1.4 Marco Teórico

Mini documental

El mini documental o corto documental es una variación más corta del formato audiovisual documental. Su duración es entre 2 y 25 min. Para entender más sobre el mini documental hay que definir que es un documental. El documental expone realidades pasadas, presentes o predicciones a futuro basada en estudios. Ya que cuenta una realidad, sus personajes viven fuera de

la realidad retratada en el documental y más situaciones contadas en el mismo, evolucionan con el tiempo. El documentalista Raúl Beceyro explica: "El film documental cuenta hechos que han sucedido o que están sucediendo independientemente de que con ellos se haga o no una película. Sus personajes existen también fuera del film, antes y después del film" (Frases para pensar qué es el Cine Documental, 2015). Para el documentalista escocés, John Grierson, la exposición documental no es más que el tratamiento creativo de la realidad. (Grierson, 2010).

El formato mini documental nace con la era digital y el corto tiempo que un espectador está dispuesto a invertir en ver una publicación. Desde que se popularizaron las redes sociales, desde mediados de los años 2000, los usuarios dedican menos tiempo en publicaciones que requieran leer mucho o no los enganche desde el comienzo (Van Dijck, 2013).

Audiovisual como formato de difusión

El uso del video es la manera de acercarnos al mundo a través de imágenes en movimiento y cada día se posiciona como una de las herramientas de comunicación más idóneas. En parte es gracias a su uso en las principales redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube. Según HubSpot (2019) el 81% de las marcas están realizando contenido audiovisual porque es la mejor manera de alcanzar a nuevas generaciones de manera rápida, efectiva y emocional. Los contenidos compartidos de manera audiovisual tienen mayor interacción y tres veces más.

En internet, el factor de tiempo es muy importante. Los videos cortos funcionan mejor ya que la persona promedio recibe más de 1000 contenidos al día y no tiene tiempo de consumirlos todos, de manera completa. Por ende, los primeros segundos son cruciales para captar la atención del espectador. Las piezas audiovisuales permiten transmitir ideas y emociones mejor que cualquier otro tipo de contenido, además que proporciona la ventaja de poder compartirlo con otras personas al instante, por consecuencia la difusión del contenido se incrementa y el impacto es mayor.

Formatos de video cortos para redes sociales

En el mundo de hoy, son fundamentales los formatos audiovisuales para generar contenido atractivo. Más aún en redes sociales, plataformas que su principal fuerte son los videos. Según CISCO Annual Internet Report (2010) para 2023, el 80% de todo el tráfico por internet será a través de videos. Existen diversos formatos que resultan atractivos a la audiencia, entre ellos están los videos en vivo, videos en motion graphics o visión 360. Sin embargo, los videos que están en auge son los de corta duración. Los formatos audiovisuales cada vez se van acortando más, como lo vemos en la plataforma de TikTok con videos de 15 a 60 segundos, en Instagram con Reels de 30 segundos o en publicidades transmitidas por diferentes redes sociales, cuyo objetivo es transmitir un mensaje en el menor tiempo posible.

La frase “todo entra por los ojos” tomó fuerza en estos últimos años y el contenido de videos cortos va a seguir creciendo. La vida de las personas cada vez es más rápida, y cada día, los usuarios están expuestos a grandes cantidades de información. Por este motivo los videos cortos funcionan tan bien, porque se adaptan al estilo y modo de vida de la gente actual.

Ansiedad

El término ansiedad es definido de diversas maneras por varios autores, es un término relativamente nuevo dentro de los problemas psicológicos. En la RAE (2020) la ansiedad está definida como “estado de agitación, inquietud o zozobra del ánimo”. Se puede entender que la ansiedad afecta el ánimo del individuo y altera su funcionalidad.

Algunos autores definen la ansiedad como parte de la respuesta humana. Por ejemplo, Pinel (2007) lo define como un miedo de carácter crónico y persistente, causado por reiteradas amenazas directas al individuo. También, Stossel (2014) define a la ansiedad como un proceso automático, normal para el ser humano, como respuesta a la percepción de peligro. Desde la perspectiva de Feldman

(2004) la ansiedad es una sensación de tensión en situaciones que resulten estresantes para la persona, que suele ser de ayuda en el funcionamiento cotidiano de la persona. Aunque la ansiedad sirve para que el individuo tome acciones frente al peligro, puede llegar a paralizarlos y afectar su juicio.

Musicoterapia

La musicoterapia es la aplicación especializada de la música en el área de la salud. Usamos la música de forma sistemática para mantener o restaurar funciones, tanto físicas o mentales, que la persona pudo haber perdido o se encuentran deterioradas. En 1996, la Federación Mundial de Musicoterapia la define como el uso de la música y/o elementos musicales (sonido, ritmo, armonía y melodía) para facilitar y promover la comunicación, relación, aprendizaje y otros puntos relevantes terapéuticos con el fin de lograr cambios positivos y satisfacer necesidades físicas, emocionales, mentales, sociales y cognitivas.

Olympia Hernández, Psicóloga Clínica, afirma que desde que nacemos, el ser humano está en constante exposición de sonidos y melodías que influyen en su comportamiento y emociones; no es coincidencia que sea uno de los medios más utilizados para expresarla. En los últimos años, el estudio del poder de la música ha tomado más fuerza, poniendo a científicos, psicólogos y músicos en una mesa de debate (Hernández, 2019).

Los ámbitos de aplicación son muy amplios y varían dependiendo donde este tipo de terapia tenga lugar y los resultados dependerán de la posición ontológica y epistemológica de los investigadores y clínicos.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque

El presente proyecto busca generar contenido audiovisual en el campo de la salud, específicamente difundir información de interés para las personas que sufren de ansiedad debido a la pandemia de la COVID 19. Por lo tanto, la metodología usada fue con enfoque cualitativo y con el método de investigación. Se estudió la problemática de escasez de piezas audiovisuales en el campo de la salud específicamente sobre enfermedades mentales, los efectos de la ansiedad y como la musicoterapia es una opción para disminuirla.

La clasificación de los formatos audiovisuales, depende del medio audiovisual. En este caso, el medio a difundirse fue las plataformas digitales por medio de las redes sociales. Partiendo de lo macro, los formatos se clasifican en ficción y no ficción. A su vez, el formato de no ficción se clasifica en Informativos y de entretenimiento. En el género informativos se encuentra la noticia, informe, reportaje y documental.

El panorama actual, se caracteriza por la mezcla de géneros, creando un sin número de nuevos formatos. Nuestro proyecto, aparte de difundir información relevante acerca de la musicoterapia, también va a ir acompañada con animaciones. Convirtiendo así nuestra pieza audiovisual no solo en un video informativo si no de entretenimiento, cuya principal función fue servir de gancho para captar y mantener a la audiencia, despertando emociones en ella.

2.2 Diseño

2.2.1 Preproducción

La idea es el punto de partida para un documental y la responsable de desencadenar todo el proceso. Un proyecto documental debe proponerse contar algo, con elementos de la realidad, pero también agregando toques de imaginación y ficción. El tema de nuestro mini documental trata sobre la musicoterapia y sus beneficios para combatir el estrés y la ansiedad. En primero lugar, se pensó en la estructura narrativa del proyecto. Comenzando con una presentación sobre qué es ansiedad con voz en off, acompañado de footage, para luego introducir la musicoterapia y explicarla con ayuda de profesionales como son musicoterapeutas y psicólogos. Todo eso acompañando de animaciones minimalistas, para que sea de fácil comprensión para la audiencia. El detalle de la misma se encuentra en el Apéndice A.

Muchos piensan que el guion en el documental no existe, no obstante, es tan importante y necesario como en cualquier otro proyecto de ficción y no ficción. Para el documental se realizaron:

- Guion Literario: Diálogos de narradora. Es un documento en donde se escribe todo lo que va a decir la voz en off. Inclusive se detalla cómo lo debe decir (Con emoción, a modo de interrogación o simplemente leerlo).
- Guion Técnico: Se especifica toda la parte técnica del proyecto, es decir, plano, ángulo, movimiento de cámara, iluminación y todo necesario para que la toma se vea estéticamente bien. Nuestro guion técnico fue sencillo, debido a que solo se rodó en una locación. En donde se especificó que el lugar debía estar bien iluminado, con una cámara al frente de la persona, en un plano americano; y la otra cámara de perfil a la persona, en un plano medio.
- Guion Gráfico: Más conocido como storyboard, sirve para poder visualizar el proyecto por medio de dibujos simples. Nuestros dibujos fueron hechos a

base de palos y bolas, con un texto escrito en la parte inferior, detallando lo que se trataba la escena.

Para la realización de este minidocumental se buscó información en blogs, artículos, monografías y libros. Además, contactamos al musicoterapeuta Christian Monge y a la Psicóloga Clínica Valeria Yagual. También, tuvimos el aporte de personas que sufren ansiedad y depresión para tener las “dos caras de la moneda”. Por otro lado, se analizaron los recursos narrativos que se iban a utilizar, llegando a la conclusión que estos eran los más importantes:

- Apelar a los sentimientos y emociones.
- Personajes (testimonios y peritos).
- Voz del narrador.
- Footage.
- Música.
- Silencio.
- Efectos sonoros.
- Animación.
- Lenguaje propio de las autoras.

Para finalizar con la etapa de preproducción, se hizo un análisis acerca de los equipos requeridos y el personal a utilizar, y cuánto se les pagaría. Aparte se realizó un plan de rodaje. Se determinó que el tiempo de rodaje de nuestro minidocumental sería de un solo día y se contaría con tres semanas para editar y musicalizar el proyecto.

2.2.2 Producción

En la etapa de producción se tomaron en consideración todas las herramientas de la preproducción, por lo que se comenzó en la fecha estipulada en el plan de rodaje. Se coordinó una fecha y lugar con las personas a entrevistar para comenzar con el rodaje de la pieza audiovisual. Todas las entrevistas fueron grabadas en un solo día y en un solo estudio, manteniendo la estética de fondo blanco y planos medios, al estilo entrevista. En las entrevistas las personas dieron

su testimonio en cuanto a sugirió ansiedad y como la pandemia agravó su estado mental. También, los profesionales de la salud hablaron sobre cómo afecta la ansiedad a las personas y como la musicoterapia puede reducir la misma. El trabajo de producción fue documentar o grabar la información proporcionada por las personas entrevistadas por medio del formato de video. También se tomó en consideración el presupuesto estimado, para no pasarse del mismo.

2.2.3 Post Producción

Para la etapa de postproducción se revisó a profundidad la información recolectada en formato de video, se seleccionó la información más relevante para luego poder ser ordenada y editada. Se inició por escuchar y ver los videos grabados, verificando que todos los detalles técnicos sean aptos para su uso, por ejemplo, que el audio del video se escuche de manera óptima. Luego se seleccionó los videos o partes de los mismos que contienen la información más valiosa sobre la ansiedad o musicoterapia. Después se ordenaron los videos seleccionados para poder construir una narrativa cautivadora, se buscó mediante el orden de los clips de video y la edición, no aburrir al espectador con tomas estáticas muy largas. En la edición se agregaron elementos extras que buscan que el producto final sea dinámico, así apelando a que el público joven se encuentre interesado. También, mediante el sonido se buscó proporcionar una estética limpia y calmante que va acorde al tratamiento de la ansiedad mediante el uso de la música. Por lo cual, no se utilizó música distractora ni efectos de sonidos impactantes.

Una vez el producto terminado, se subirá a plataformas tales como Instagram, por medio de un IGTV, Youtube y Facebook. En formato video 1920 x 1080 pixeles, debido a que está comprobado que este formato tiene un 80% mejor efectividad en comparación a las publicaciones normales.

2.2.4 Personal

También, se hizo un análisis acerca del personal con el que se trabajaría. De la misma manera se definió el valor a pagarles, siempre buscando seguir el presupuesto antes planteado. Debido a que el proyecto cuenta con un presupuesto

limitado, se tomaron en consideración sólo al personal esencial para completar el mismo. Esto no afecta en el resultado del mismo ya que la esencia del mini documental es la espontaneidad y cercanía con la realidad, por lo que no se necesita de un presupuesto ni personal abundante. El personal involucrado en el proyecto puede ser separados en dos categorías: personal técnico y personal de escena.

El personal técnico son los profesionales que se necesitaron para llevar a cabo nuestra pieza audiovisual. Son personas especializadas en su área y que dominan técnicas específicas de trabajo. De esta manera, son las personas más apropiadas para utilizar de manera más eficiente los recursos dados. Contando con un buen personal técnico se pueden obtener resultados óptimos y con la mayor calidad posible. En nuestro caso este grupo fue conformado por productores, director de arte, camarógrafo, sonidista, iluminador y editor. Quienes trabajaron desde la etapa de preproducción para definir el camino del proyecto. Se tomó en consideración las ideas y aportes de todos, así se generaron pautas generales que ayuden a todos en su trabajo.

El personal técnico fue:

- Co - productoras: Ariana Romanó y Naomi Martínez.
- Directora de arte: Leslie Carpio.
- Camarógrafo: Carlos Alvarado.
- Iluminador: Michelle Abarca.
- Sonidista: Emilio Cañote.
- Editor: Naomi Martínez.
- Musicalizador: Arianna Romanó.

El personal de escena es comprendido por las personas que fueron entrevistadas en cámara. En este grupo se encuentran los profesionales, psicóloga y musicoterapeuta, que brindaron su conocimiento para la parte médica del mini documental. También, están las personas que brindaron su testimonio sobre cómo es vivir con ansiedad y cómo esta afecta sus vidas, de esta manera ayudando con una perspectiva humana sobre la teoría profesional. Este grupo estuvo sólo durante la etapa de rodaje de la producción. Se buscó siempre captar su espontaneidad y

emociones. No se contó con un guion, pero las preguntas que iban a ser respondidas en cámara fueron previamente enviadas para su revisión.

El personal de escena fue:

- Psicóloga: Valeria Yagual.
- Musicoterapeuta: Christian Monje.
- Testimonio 1: Tatiana Morales.
- Testimonio 2: Andrés Solano.
- Testimonio 3: Doménica Mora.
- Testimonio 4: Pablo Sánchez.
- Narradora: María Leonor Cobo

2.2.5 Registro de Voz y Sonido

2.2.5.1 Registro de Voz

Se puede definir a la voz como el aire que ingresa a nuestro cuerpo y al pasar por varios sistemas, se convierte en sonido. La voz tiene muchos registros y tonos. La captación de la voz se debe de realizar con las mejores herramientas que podemos disponer. Su registro es la fase más importante, ya que esto dependerá toda la calidad de nuestro proyecto.

Lo primero que se debe tener en cuenta es el tipo de estudio en el que se va a registrar la voz. No es lo mismo un estudio acondicionado de grabación, que grabar en un dormitorio. Por esto, se tiene que configurar de manera correcta los micrófonos, haciendo tomas de pruebas antes de grabar. Es necesario usar un filtro Anti – Pop. Este filtro tiene varias funciones, pero la principal es que no deja pasar el aire hacia el otro lado de la membrana. Con eso evitamos el *pop* o el sonido grave que se hace cuando pronunciamos la letra “p”. Otra de sus funciones es que cuida al micrófono de la saliva y ayuda al efecto de proximidad, es decir, no acercarse ni alejarse tanto del micrófono. También, se debe tener en cuenta la configuración de los equipos. Revisar si todo funciona correctamente, tanto auriculares como micrófono y consola. Regular la ganancia y salida de interfase, para procurar que la voz no se escuche saturada.

El micrófono óptimo a usar fue un Saramonic UWMIC 9, el cual viene con un emisor y con un receptor de sonido, acompañado de un micrófono corbatero y audífonos. A su vez, este aparato estaba conectado a una Tascam en donde se registraba el sonido en una tarjeta de memoria. Ya que es un micrófono direccional, fue el más apropiado para registrar la voz, dejando a un lado los ruidos externos. Un punto importante para nuestro registro de voz fue tener la certeza de que la persona a grabar esté totalmente cómoda, para así, recibir una excelente interpretación. Finalmente, en la post producción se utilizaron las ondas sonoras para sincronizar el sonido con la imagen. Posteriormente se ecualizó la voz y se colocaron todos los efectos necesarios para que se escuche de la manera más clara y nítida posible.

2.2.5.2 Sonido

El sonido puede ser definido como la propagación de ondas originadas por la vibración de un cuerpo, las cuales son percibidas por nuestros oídos. Muchas veces no se le da tanta importancia al sonido en una producción audiovisual, sin embargo, el sonido es igual de relevante que la imagen. ¿Porqué? Porque es capaz de transmitir emociones, situaciones, escenarios y más. Incluso cuando la escena está en silencio. Muchas veces el silencio puede darnos más información que el sonido, saber cuándo y por cuánto tiempo un silencio debe existir en la pantalla es clave para transmitir el impacto deseado. Del mismo modo, la correcta musicalización y armonización del sonido es una pieza importante en un video. La selección de la música le puede dar un sentido totalmente diferente a la misma sucesión de planos. La música va a definir si el video final tiene un tono melancólico, feliz, inspirador, etc. Otro punto importante, es la utilización de foleys y efectos de sonidos en el video. Los foleys son sonidos de movimiento o acciones que vemos en la pantalla. Los efectos de sonidos pueden ser utilizados para enfatizar lo que se dice en pantalla. Gracias a estos sonidos, las animaciones y diálogos toman vida. La correcta mezcla del silencio, la música y efectos de sonidos terminan dándonos una pieza audiovisual memorable.

Para musicalizar el minidocumental no se siguió un patrón específico de sonido. Se mezclaron las voces, la música y los efectos de sonidos dependiendo de la situación y del ritmo del montaje. En ocasiones se utilizó música lenta, calmada, casi imperceptible, debido a que queríamos que resalte más la voz de la persona en escena. Pero en otras ocasiones se utilizó música más enérgica y llena de *beats*, para transmitir emoción. En rasgos generales podemos separar la musicalización del documental en dos. Durante la explicación y testimonios sobre la ansiedad, se mantuvo una musicalización calmada, casi imperceptible. Aunque para enfatizar ciertos puntos se utilizó música dramática, acorde a la importancia de lo tratado. En cambio, desde que se introduce a la música como una opción de terapia para la ansiedad, la música cambia a un estilo más energético y alegre. De esta forma se busca que no sea una pieza audiovisual triste ni desesperanzadora, más bien, que sea una fuente de esperanza y confort para quienes sufren de esta enfermedad mental.

Por otro lado, el silencio fue un recurso muy utilizado para enfatizar ciertas cosas que esperamos capten la atención del espectador. Pero no se abusó de este recurso, ya que, nuestro público objetivo no está acostumbrado a producciones silenciosas ni lentas. También, los efectos de sonidos y foleys se utilizaron esporádicamente a través del video, sin saturar el mismo. Cada sonido, canción, música o foley tuvo un motivo e intención de ser.

2.2.6 Edición y Montaje

Para armar la estructura básica de nuestro proyecto nos basamos en una sucesión de planos en orden lógico. A la hora de editar y montar los clips, nuestra base fue seguir una narrativa audiovisual. Primero colocamos los testimonios de las personas que sufren ansiedad, luego a la psicóloga explicando qué es la ansiedad y otras alternativas para tratarla (donde menciona a la musicoterapia) y finalmente al perito en musicoterapia.

Para mantener el ritmo del montaje necesario para captar la atención prolongada de la audiencia, se intercaló la intervención de varias personas y narradora para que no estuviese en pantalla por demasiado tiempo una sola

persona. Otro aspecto relevante, es la voz en off de la narradora, la cual va acompañada de footage y animaciones, de acuerdo a lo que esté hablando. Esto va muy de la mano con el sonido, ya que, con los cortes adecuados y el sonido correcto, el producto final fue un minidocumental entendible, lógico, lleno de emociones, contenido de valor y de fácil recepción.

2.3 Recolección de datos

2.3.1 Entrevista 1

- Tema: Ansiedad y su desarrollo post pandemia.
- Objetivo: Fortalecer conocimientos sobre ansiedad y sus efectos.
- Entrevistador: Ariana Romanó y Naomi Martínez.
- Entrevistado: Valeria Yagual, Psicóloga Clínica.

2.3.2 Entrevista 2

- Tema: Musicoterapia para reducir la ansiedad.
- Objetivo: Fortalecer conocimientos sobre la musicoterapia.
- Entrevistador: Ariana Romanó y Naomi Martínez.
- Entrevistados: Christian Monje, Musicoterapeuta.

2.3.3 Testimonios/ Entrevistas

- Tema: Efectos de la ansiedad en la cotidianidad.
- Objetivo: Obtener una perspectiva personal de como la ansiedad afecta la vida de quienes la padecen.
- Entrevistador: Ariana Romanó y Naomi Martínez.
- Entrevistado: Tatiana Morales, Andrés Solano, Doménica Mora, Pablo Sánchez.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Al seguir la metodología del capítulo anterior, obtuvimos resultados favorables para la realización del proyecto. Además, gracias a las evidencias proporcionadas, podemos afirmar que se llegaron a los objetivos planteados en el Capítulo 1.

3.1 Entrevistados y Entrevistas

La entrevista fue el método más adecuado para recopilar la información necesaria para difundir de manera óptima, los beneficios de la musicoterapia como ayuda para las personas que sufren de ansiedad. Al entrevistar a cinco personas, con diferentes estilos de vidas y ocupaciones, nos permitió retratar los distintos niveles de ansiedad que se pueden presentar. Sin embargo, en todas las entrevistas se llegó a la conclusión de que la musicoterapia no es algo muy conocido en nuestro país. También, se concluyó que la mejor manera de dar a conocer esta alternativa terapéutica es por medio de un audiovisual, el que tendría mayor y mejor distribución al hacerlo por redes sociales, ya que, todos los entrevistados admitieron pasar una alta cantidad de horas en estas plataformas.

El escenario, el personal y las preguntas planteadas, proporcionaron seguridad y sosiego a los entrevistados. Así pudiendo abrirse y contar sus experiencias con franqueza. Además de encontrar satisfacción al final de las mismas, debido a que se les informó sobre una alternativa efectiva para calmar su ansiedad. Las entrevistas a la psicóloga Valeria Yagual y al musicoterapeuta Christian Monje también terminaron en gran satisfacción, ya que, más personas estarán informadas y se contribuye a que las enfermedades mentales dejen de ser un tema tabú.

3.2 Procesos de Producción

La correcta aplicación de los conocimientos en las tres fases de producción (Pre producción, producción y post producción) dio como resultado una pieza audiovisual comprensible, armoniosa y estética. La minuciosa elección del set, planos e iluminación fueron clave para resaltar a los entrevistados. El buen manejo de animación y edición ayudó de forma efectiva a que se transmita una información de valor, sin caer en la monotonía. La estética y la forma en que fue presentado este minidocumental fue la misma que se planteó en capítulos anteriores. Dando como resultado una línea gráfica cautivante y memorable.

3.3 Análisis de Costos

Los costos relacionados al desarrollo de nuestro proyecto se centran en la producción del mismo. El personal técnico es el departamento que requirió más dinero, gracias a este personal se llevó a cabo la preproducción, producción y postproducción. También se necesitó de equipo técnico, muy importante para poder obtener un resultado de calidad. El proyecto se rigió al presupuesto establecido desde la fase de preproducción, el cual se desglosa en la tabla de presupuestos del Apéndice B.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Las conclusiones de este proyecto fueron ideales en relación a los objetivos definidos en el Capítulo 1.

1. Se logró a cabalidad el objetivo general de realizar una propuesta audiovisual para la producción de un corto documental que exponga las características que posee la musicoterapia en entornos de conmoción social.
2. Este mini documental expuso las características que posee la musicoterapia. Ya que se obtuvo información de profesionales, se pudo transmitir información fiable e importante.
3. Mediante los testimonios de personas cotidianas se pudo ubicar a esta terapia como ayuda para un entorno social.
4. Gracias a la investigación y aplicación, se pudieron comprender los formatos audiovisuales más utilizados en el campo de la medicina para la divulgación de terapias alternativas y de esta manera elegir el óptimo para nuestro proyecto. Llegando a la conclusión de que el formato de video, de corta duración, es el más adecuado.
5. Se reconocieron las principales plataformas de divulgación científica para la exposición de audiovisuales que abordan terapias alternativas. Eligiendo así a las redes sociales Instagram, Facebook y YouTube como las mejores para poder llegar al público objetivo deseado (Personas jóvenes que consumen formatos de video).
6. La selección de la temática de la ansiedad postpandemia fue acertada debido a su alta relevancia en la actualidad. Es un tema que no está tan desarrollado en plataformas digitales y menos en formatos de video.

4.2 Recomendaciones

1. Se recomienda dejar abierto un margen para los imprevistos. Por ejemplo, al alquilar un estudio hay que tomar en cuenta que las entrevistas pueden alargarse.
2. Se puede contactar a un perito en neurociencia, para explicar un poco más a fondo que es lo que ocurre en nuestro cerebro, cuando se tiene ansiedad o cuando se escucha música.
3. Finalmente, a los entrevistados, se les pudo hacer una prueba participativa de la musicoterapia, no solo mencionárselos.

En conclusión, nuestro proyecto cumplió con los objetivos establecidos. Pero, puede llegar a obtener resultados óptimos si se utilizan mejores recursos y precauciones.

BIBLIOGRAFÍA

Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid, Alianza Editorial.
<https://goo.gl/QJM39K>

Shearer, Elisa; Gottfried, Jeffrey (2017). “News use across social media platforms 2017”. Pew Research Center. Journalism & Media.
<https://goo.gl/hywTMa>

Orduña-Malea, E., Font-Julián, C. I. & Ontalba - Ruipérez, J. A. (2020). Covid-19: análisis métrico de vídeos y canales de comunicación en YouTube. El profesional de la información, 29(4), e290401. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.01>

Hernández, Olympia. (2017). Musicoterapia: Recuperación al son de una melodía. Guadalajara, México. Editorial Siglo Nuevo. Recuperado de <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/sup/siglon/08/270/22siglon08.pdf>

Ontaneda, Maldonado, Calva (2016). Tratamiento de Información en Salud en Plataformas Digitales de Ecuador. Loja, Ecuador.
<https://www.researchgate.net/publication/303857367>

Flores Romero, E. F. (2021). COVID-19 y comunicación de salud: Análisis de medios digitales ecuatorianos. Revista Scientific, 6(19), 122–141.
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.19.6.122-141>

Teyseier, Yosier. 2020. Texto vs Video Qué contenido es el mejor? Ciudad de México, México. Recuperado de <https://thebrandindustry.com/blog/texto-vs-video-que-contenido-es-el-mejor>

Margalit, Litat. (2017) Publicar un video vs Texto: La perspectiva del cerebro. Lima, Perú. Recuperado de <https://natewareperu.com/publicar-un-video-vs-texto-la-perspectiva-del-cerebro/>

Anónimo. (2020). ¿Porque el cerebro prefiere video vs texto? Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://normas-apa.org/referencias/referencias-o-citas-sin-la-informacion-completa/>

Izquiero, Judith. (2020). Videonoticias, el contenido audiovisual que domina las redes sociales. Madrid, España. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/videonoticias-el-contenido-audiovisual-que-domina-las-redes-sociales-redes-sociales/>

Anónimo. (2019). Contenido Audiovisual: el rey de las redes sociales. Mexico D.F, Mexico. Recuperado de <https://www.espacios.media/contenido-audiovisual-el-rey-de-las-redes-sociales/>

Anónimo. (2020). CISCO Annual internet Report. Washington, EEUU. Recuperado de <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.html>

APÉNDICE

Apéndice A: Estructura narrativa

Escena/Animación	Imagen	Audio	Duración
Escena 1	Personas hablando sobre su experiencia con la ansiedad		30 seg
INTRO Ansiedad			
Escena 2	Footage	Narradora: Definición de ansiedad.	1 minuto
Entrevista Psicológica			
Escena 3	Psicóloga	Psicóloga: Explica sobre los efectos de la ansiedad.	2 minutos
Escena 4	Animación	Narradora: Explica las estadísticas del aumento de ansiedad post COVID.	1 minuto
Escena 5	Psicóloga	Psicóloga: Explica los efectos de la pandemia en personas con ansiedad.	2 minutos
Introducción musicoterapia			

Escena 6	Footage con animación	Narradora: Definición de musicoterapia.	1 minuto
Entrevista musicoterapeuta			
Escena 7	Musicoterapeuta acompañado de animación	Musicoterapeuta: como ayuda la musicoterapia a reducir la ansiedad.	2 minutos
Escena 8	Animación	Narradora: la ciencia tras la técnica.	1 minuto
Escena 9	Musicoterapeuta acompañado de animación	Musicoterapeuta: Explica como conduce la sesión	2 minutos
Conclusión			
Escena 11	Animación	Narradora: puntos finales	1 minuto

Apéndice B: Tabla de presupuesto

PRESUPUESTO GENERAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Equipo técnico	\$1000
Personal técnico	\$1900
Escenografía	\$600
Postproducción	\$1000
Gastos extras	\$500
TOTAL	\$5000

EQUIPO TÉCNICO

EQUIPO	MODELO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Alquiler Cámara	Canon t7i	\$75	1	\$200
Alquiler Objetivos	50mm	\$50	1	\$100
Alquiler Grabadora	Tascam DR-07X	\$50	1	\$150
Alquiler Luces	Set estudio	\$75	1	\$150
Memoria	50gb	\$25	1	\$30
	128gb	\$40	2	\$80
Pilas	Energizer	\$20	1	\$20
Micrófono	Lavalier	\$18	1	\$50
Trípode	Torjim 67"	\$37	1	\$50
Estabilizador	FeiyuTech	\$50	1	\$100
Difusor de luz	Neewer	\$35	2	\$70
			TOTAL	\$1000

PERSONAL TÉCNICO

CARGO	VALOR
Productor	\$500
Sonidista	\$300
Director de arte	\$500
Camarógrafo	\$300
Iluminador	\$300
TOTAL	\$1900

ESCENOGRAFÍA

CARGO	VALOR
Alquiler mueble	\$125
Backdrop	\$75
Luces decorativas	\$50
Soporte	\$50
Alquiler set	\$300
TOTAL	\$600

POSTPRODUCCIÓN

CARGO	VALOR
Animador	\$450
Editor	\$350
Musicalizador	\$200
TOTAL	\$1000

GASTOS EXTRAS

CARGO	VALOR
Movilización	\$100
Catering	\$300
Alcohol gel	\$50
Mascarillas	\$50
TOTAL	\$500

