

Desarrollo de cápsulas como parte del contenido audiovisual de una campaña de responsabilidad social

PROBLEMA

Aumento de tendencias depresivas en los ciudadanos de Guayaquil a raíz de la pandemia.

PROPUESTA DE VALOR

Se utilizó testimonio y participantes reales en todo momento.

Cada capítulo cuenta con un grupo de jóvenes que afirman adolecer de depresión y son los protagonistas de cada capsula.

Estos capítulos se publican en secciones separadas en el formato de instagram, que es la red social donde empezará la difusión y de la misma manera en cada capítulo se utilizó una técnica del audiovisual diferente.

Nos basamos en un estudio realizado por la OPS en el 2019, y que Ecuador está en la lista de los primeros países con un aumento de tendencias depresivas.

La primera cápsula, son unas sesiones de fotos que se recrea la de novedad de la noticia de una pandemia mundial, como balde de agua fría. Y se registra el momento exacto de dicha sensación.

La segunda cápsula es una entrevista documentada sobre la historia que vivió un ciudadano que es servidor público, desde una perspectiva más humana y detallada, ya que fue parte de muchos de los dolores que sufrió la sociedad en pandemia.

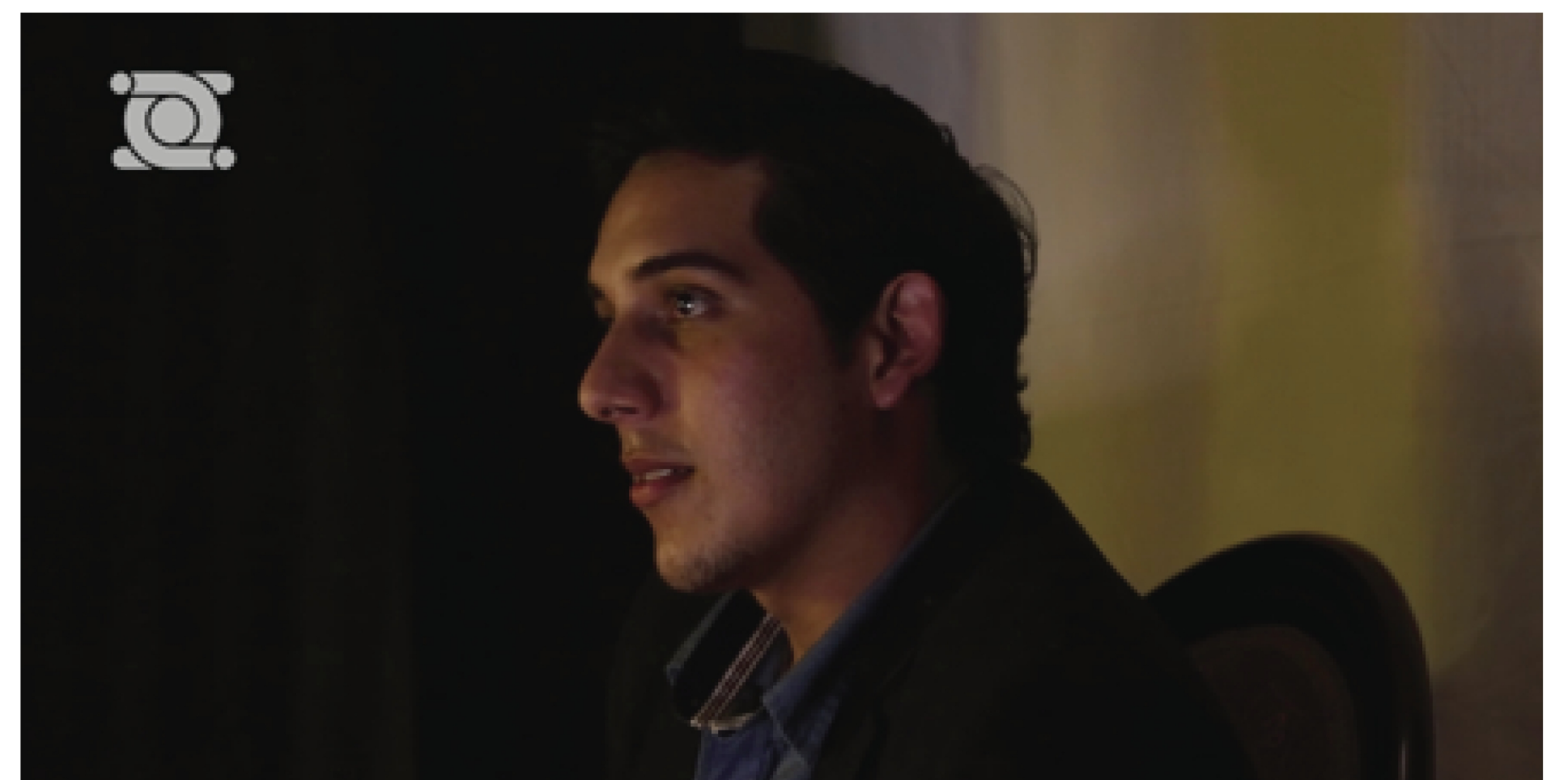
La tercera cápsula es un corto de no ficción de un experimento social realizado en el centro de la ciudad de Guayaquil, representando el afecto que necesitamos compartir pero respetando las normativas de seguridad.

RESULTADOS



SOLUCIÓN PLANTEADA

Desarrollo de contenido audiovisual a partir de las noticias que deja la presencia del COVID-19



CONCLUSIONES

Los participantes afirman haber reducido en un porcentaje considerable las tendencias depresivas que existían entre ellos, pero que gracias a estas experiencias registradas vieron un espacio de liberación de los temas que se encasillaban en sus mentes afectando su estilo de vida.