



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

“REALIZACIÓN DE UN CORTO ANIMADO CON CONTENIDO DE SALUD
PREVENTIVA DIRIGIDO A LOS PACIENTES EN ESPERA DEL HOSPITAL
IESS DE IBARRA”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Multimedia y Producción
Audiovisual, mención en Producción Audiovisual

Profesora guía

Máster. Lorena Villanueva García

Autora

Joselyn Paola López Dávila

Año

2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Lorena Villanueva García

Máster en Postproducción Digital, Audiovisual

C.I: 175685409-5

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

David Fernando Cazar García

Máster en animación 3D

C.I: 1716915358

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Joselyn Paola López Dávila

C.I: 1003621552

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por su sacrificio y esfuerzo económico, por su preocupación y apoyo. A mi madre por creer siempre en mí. A mi querida hermana, por ser mi mano derecha y amiga incondicional. Por sus enseñanzas y paciencia agradezco a mis profesores. Principalmente a mi tutora Lorena Villanueva, una gran profesional y persona. A mis amigos, gracias por todo el soporte mutuo e inolvidables experiencias.

DEDICATORIA

Para mi familia que lo es todo.
Por todos los días que han estado junto a mí, incluso a la distancia. Para la inspiración que llega aún de lugares insospechados y por todas las experiencias, momentos, anhelos, risas y personas maravillosas que han sido parte de estos cuatro años de carrera universitaria.

RESUMEN

Este proyecto se basa en la realización de un video animado en 2D, en el cual dos personajes hablan sobre una de las principales enfermedades que son causa de muerte en el Ecuador y qué medidas de prevención tomar ante ella.

El corto animado ha sido pensado, creado y destinado a proyectarse en las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de la ciudad de Ibarra. El objetivo es mejorar la calidad del material audiovisual que actualmente se transmite, ya que muchas veces se trata de videos fuera de formato, con contenido inapropiado en relación a su entorno, poco dinámicos, repetitivos y extensos. Por esta razón mediante un estudio cuantitativo con análisis de tipo exploratorio y descriptivo, realizado a los afiliados que diariamente acuden a esta casa de salud, y también al personal médico y administrativo, se pudo concluir que el tema del que se desea recibir información, por decisión de emisores y receptores, es salud preventiva.

A partir del antes mencionado resultado, se tomó la decisión de dirigir el contenido hacia un campo más específico: las enfermedades con altas tasas de mortalidad en el país, siendo la diabetes la principal. Por ende el video está centrado específicamente en dicha enfermedad, su diagnóstico, tipos de diabetes y cómo prevenirla. Este proyecto tiene como objetivo llegar a ser un aporte significativo para la comunidad ibarreña en el área de salud, comunicación y educación.

ABSTRACT

This project is based in the creation of a 2D animated video, in which there are 2 characters presenting information about one of the very worst illness that are cause of death in Ecuador and how to prevent them.

This video has been thought, created and destined to show up through digital information screens in the waiting rooms of the IESS Hospital located in Ibarra city. The objective is to improve the quality of the audiovisual material broadcast nowadays, because it turns out to be material out of format, sometimes with meaningless content according to the place, without dynamism, repetitive content and never ending videos. For this reason coming through a quantitative research with exploratory and descriptive analysis, made thanks to the cooperation of the patients that visit the hospital daily, and also medical and administrative workers, was possible to conclude that the more wanted topic everyone was interested to know about was preventive health. This decision has been taken by the transmitter and receiver, according to the results.

Moving on after all already said, was time to pass from general to specific, which is diseases with high mortality rates in the country, being them the main, diabetes. That is why the whole video is completely about diabetes. What it is, types of diabetes and how to prevent it. The project's objective is to become a significant health, communication and education contribution to Ibarra's community.

ÍNDICE

1. Capítulo 1. Introductorio.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Justificación.....	5
2. Capítulo 2. Estado de la cuestión.....	6
2.1 Comunicación y educación de la salud.....	6
2.2 Comunicar con las nuevas tecnologías.....	8
3. Capítulo 3. Diseño del estudio.....	12
3.1. Planteamiento del problema.....	12
3.2. Preguntas.....	14
3.3. Objetivos.....	15
3.4. Metodología.....	15
4. Capítulo 4. Desarrollo del proyecto.....	18
4.1. Preproducción.....	18
4.1.1. Encuestas y resultados	18
4.1.2. Creación de personajes.....	47
4.1.3. Guion técnico literario.....	53
4.2. Producción y Postproducción.....	56
4.2.1. Orden y armado del contenido.....	56
4.2.2. Animación, técnica y estética.....	58

4.2.3. Sonorización.....	61
5. Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones.....	65
5.1. Conclusiones.....	65
5.2. Recomendaciones.....	66
Referencias.....	67
Anexos.....	69

Capítulo 1. Introductorio

1.1. Introducción

La comunicación es la clave de la interacción entre dos o más individuos y entre varios entes, convirtiéndose en una herramienta que caracteriza al humano como tal e incrementa la fraternidad y el entendimiento.

Partiendo de este punto, y enfocándolo en un plano que permita la unión entre una institución y quien acude a la misma, es fundamental el uso de la comunicación como un lazo que una a estos sujetos; por tanto, se ha electo al Hospital IESS de Ibarra como la institución que demostrará a sus pacientes, través de videos educativos, que se preocupa por ellos. Que desea brindar información íntegra y útil que servirá para ampliar los conocimientos que puedan tener en cuanto a aspectos médicos, de salud y autocuidado.

Para llegar a este cometido, se propone la utilización de recursos con los que el Hospital IESS cuenta actualmente, como son las pantallas en las salas de espera en las diferentes áreas de especialidad.

Aprovechando los mencionados recursos es posible difundir material audiovisual de calidad, con contenido útil, con intención y razón de ser, que reemplace al inapropiado contenido actual. Constará del formato adecuado, información clara, pertinente y concisa y en él se evidenciará la correcta aplicación de técnicas audiovisuales creativas y llamativas, provenientes de los conocimientos impartidos en la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual. Asimismo, se logrará captar la atención del paciente, cumpliendo con el objetivo de llegar a la audiencia con un mensaje pertinente, pues es prioridad en el presente trabajo que los pacientes puedan enriquecer su conocimiento sobre salud preventiva a través de este aporte educativo que espera satisfacer las necesidades audiovisuales reales tanto de los afiliados, como de la institución en sí.

1.2. Antecedentes

Para hablar de la comunicación digital primeramente es necesario remontarnos a la comunicación en su estado primario. El ser vivo es por naturaleza comunicador y receptor. Con el pasar de los siglos las maneras de comunicar verbales y no verbales se han desarrollado, abarcando campos específicos, modismos y nuevas formas. Podemos comprender entonces, que la comunicación es tanto general, como específica, además, como Ochoa (2001) afirma:

Gira en torno a información, apelación, autoexpresión y la relación de los interlocutores. El tema es la información, los hechos o datos que se mencionan. La intención representa los deseos, indicaciones u órdenes que pretenden transmitirse. La autoexpresión corresponde a la opinión, creencias o valores de la persona que emite el mensaje. Y finalmente la relación de los interlocutores es precisamente el tipo de vínculo que existe entre los que se comunican (p. 67).

Las exigencias de este tiempo han obligado a los elementos de la comunicación tales como el emisor, receptor, canal, código y mensaje, a adaptarse a las necesidades y posibilidades. Un buen ejemplo es el avance de la comunicación a distancia como resultado de crecimiento tecnológico; sin embargo cabe recalcar lo que señalan Alberich, J. Campo, M., Clavell, F., Domingo, D., Gallart, N., Keefer, A., Mateu, M., Roig, A., Sánchez, J., Tubella, I. (2005) "La historia de la comunicación está vinculada a la historia de la tecnología porque todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración de la historia de la comunicación especialmente desde la invención del telégrafo en 1837" (p.120). Por consiguiente, la comunicación digital es el resultado de la evolución e hibridación entre la tecnología y la comunicación.

Al ser entes comunicativos, las personas se encuentran rodeadas de esta realidad, es por eso que exististe ya una cierta familiaridad con los medios que

integran la comunicación digital como tabletas, smartphones, smartTV, redes de sociales, Internet, pantallas informativas, correo electrónico, entre otros.

Debido al crecimiento popular de este tipo de artefactos, es común ahora encontrar en muchos sitios pantallas informativas, pero no siempre fue así. Hasta hace un par de años en las salas de espera solo se podían encontrar revistas, folletos informativos, o sillas únicamente.

Este espacio y tiempo con frecuencia es desaprovechado, aun contando con las nuevas herramientas digitales. Según Neotikmedia (2014) “las pantallas digitales captan diez veces más la atención que los medios estáticos y una buena publicidad digital puede llegar a reducir la percepción de los tiempos de espera hasta un 60%” (párr. 2).

Lo que realmente resulta conveniente, hoy por hoy, para el Hospital IESS debido al incremento acelerado en la cantidad de pacientes que diariamente acuden y tienen tiempos largos de espera por delante.

Parafraseando la opinión de algunos afiliados: Las esperas a veces parecen eternas, pueden llegar hasta las cinco horas (El Universo, 2015). Estos tiempos de espera aplican en cuanto a la demanda de gente por servicio departamental. Con las nuevas tecnologías, estos lapsos de espera pueden ser aprovechados como tiempo informativo.

La importancia de la combinación entre educación didáctica y tecnología es un campo que hace algunas décadas era escasamente explorado. El transcurso por el que obligatoriamente han debido pasar, se puede proyectar en una escaleta que va desde los medios escritos hasta las aplicaciones interactivas.

Hoy por hoy la animación, es una herramienta que se toma en cuenta para fusionar estas dos ramas, con el objetivo de llegar a un público con determinado mensaje. Todo esto con la aplicación de diversas técnicas que permitan presentar el contenido con movimientos dinámicos, similares a la realidad.

Para animar una imagen estática primero hay que entender cómo representar el movimiento. Qué velocidad tendrá, si empezará rápido y se irá deteniendo lentamente o viceversa; si de repente hay un encuentro con otra forma, si rebota, si se unen y se agrandan, si se superponen, o si son transparentes, etc (Brarda, 2016, p. 81).

Por esta razón el animador debe estar comprometido con el proyecto ya que demanda responsabilidad, conocimiento, creatividad y paciencia.

Sea cual sea el tema o la propuesta, el animador debe cumplir con los parámetros y un arte narrativo que logre comunicar. En el caso de este proyecto, vincular salud con educación.

En el tema salud; los métodos de aprendizaje para profesionales aún se pueden denominar clásicos y complejos en su mayoría pero, definitivamente, existentes. Por el otro lado de la moneda, se evidencia la falta de material exclusivamente creado para el paciente, para su entendimiento y absorción.

La educación en salud no es solo un producto, sino también un proceso que es responsabilidad de los servicios de salud, las instituciones sociales y la población a la que está dirigida la intervención educativa. Por otra parte, la formación del personal de salud y la orientación tradicional de las estrategias de comunicación han tenido un carácter eminentemente biológico y "unidireccional", en vez de incorporar estrategias participatorias (García, Suárez, De Acosta, 1997, p.1).

Usualmente los temas dentro del ámbito de la medicina suelen tornarse complicados para quienes no acostumbran manejar términos médicos o no están tan relacionados con este mundo pero gracias a la tecnología actual, es posible tomar cierto material en específico y procesarlo de manera que dichos conceptos y términos técnicos, sean mucho más fáciles de digerir. De esta

manera el material logra convertirse en una distracción, una nueva forma de aprender y al mismo tiempo amenizar su tiempo de espera.

1.3. Justificación

El propósito de este proyecto es aprovechar las nuevas tecnologías, especialmente dentro del campo de la animación y usarlas como herramienta a favor, que permita crear, transmitir y educar. Que logre ser un audiovisual significativo para la ciudad de Ibarra y en específico para los pacientes a quienes va destinado, de modo que esta creación perdure en su mente. Además, se busca que la información que contiene la animación, sea de utilidad para el receptor. También, que la manera de presentar dicha información ayude a crear un vínculo con los personajes protagonistas, que induzca a poner en práctica los consejos de prevención.

Este proyecto plantea presentar manifiestos relevantes de una manera atractiva, simpática, con carisma propio; asimismo se busca incentivar nuevos intereses en la ciudadanía ibarreña, ampliar su perspectiva respecto a la animación, su aplicación y objetivos, y demostrar que van más allá que el de entretener a infantes.

A través de personajes 2D desarrollados con planificación desde cero, se plantean temas de salud importantes para los ecuatorianos ya que se relacionan directamente con las principales causas de muerte en el país. El video como medida de prevención además de generar interés, busca llevar a la concientización sobre la salud.

Capítulo 2. Estado de la cuestión

2.1 Comunicación y educación de la salud

La base de la socialización es la comunicación pero para que esta última exista están implícitos los ya mencionados elementos de la comunicación. Es por esto que hay muchos factores a tener en cuenta para asegurar una comunicación exitosa, ya que “La capacidad de comunicación entre emisor y receptor determina el grado de aprovechamiento del mensaje” (García, Suárez y De Acosta, 1997, p.2). Por otra parte, se considera necesario recalcar que para generar contenido no solo importa la opinión del emisor sino también la de la persona que ha de recibir el mensaje, “hay que tener en cuenta la opinión de la población sobre sus necesidades de salud reales y sentidas” (García, Suárez y De Acosta, 1997, p.1). Además, sumergiéndonos ya, en temas de educación de la salud, es prioritario tener presente que “se debe fomentar la responsabilidad individual y comunitaria por medio de métodos participatorios de educación y comunicación” (García, Suárez y De Acosta, 1997, p.1).

Así pues teniendo a favor los avances tecnológicos, se puede direccionar temas escrupulosamente seleccionados para que un público determinado los reciba, se concientice y aprenda sobre salud preventiva, de manera inmediata. En este caso, la audiencia, son los pacientes que acuden al Hospital IESS de Ibarra.

Las pantallas informativas se caracterizan por ayudar a reducir los tiempos de espera, y al disponerse a usar este medio de comunicación para la transmisión de contenido educativo; no solo se aporta al crecimiento integral de los pacientes, sino que también se está aprovechando al máximo el potencial de alcance que tienen dichas pantallas.

Actualmente existe mucho abandono en lo que respecta al manejo de las pantallas informativas y como se evidencia en las siguientes imágenes, hay días en los que incluso no se transmite nada o hay fallas en el servicio.



Figura 1 Sala de espera Farmacia. El cuadro de video dentro de la pantalla informativa es completamente negro.

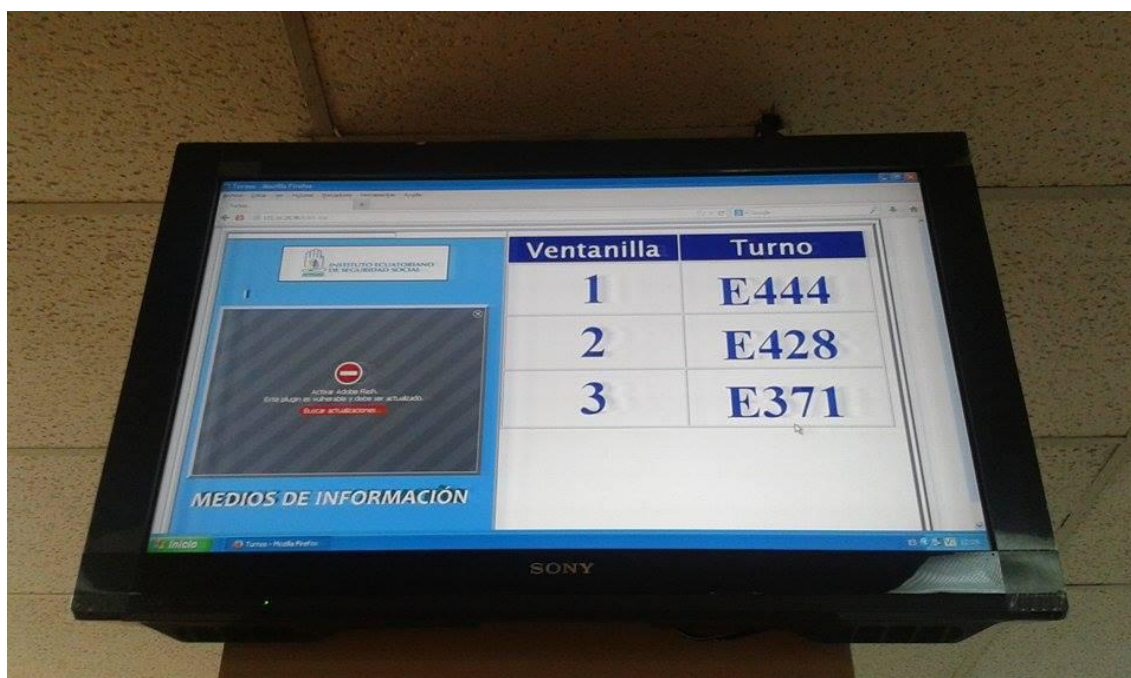


Figura 2 Sala de espera Estadística. El área de video no está en funcionamiento, únicamente la visualización de turnos.



Figura 3 Sala de espera Laboratorio. No se transmite ningún video, únicamente se muestra una imagen estática de tinte religioso.

2.2 Comunicar con las nuevas tecnologías

Tal vez, interese las coordenadas sociales y culturales sobre las que se erige pero, también se hace pertinente mirar sobre las nuevas tecnologías y la educación pues tienen extensiones en la cibercultura y hace falta alfabetizarse en lo digital para contribuir a la tecnología crítica, entender la educación virtual y participar de la educomunicación (Amar, 2008, p.180).

Todo esto fundamentalmente dirigido a las mentes creativas, debido a la necesidad de facilidad de uso de las herramientas y métodos pertinentes que engloben todas las ramas y aspectos que se deben tener en cuenta para concretar el mensaje que se hará público como, por ejemplo, el aspecto cultural, geográfico, técnico, etc.

La institución junto con la mente creativa, después de pasar por un diálogo en el que también se toma en cuenta la opinión del afiliado, son quienes determinan la información que llegará a los pacientes; siempre teniéndolos en

el pilar base que sustenta la existencia de la institución y buscando además el bien y beneficio de todos. “Una persona puede convertirse por sí misma, o con la ayuda de otros, en su propio agente de autocuidado. Los integrantes del equipo de salud, en razón de su preparación, deben actuar como facilitadores de dicho proceso” (Bustamante, L., Sánchez, C y Dubón, M, 2015, párr.2).

Como se ha mencionado anteriormente, es vital determinar lo que se quiere transmitir, por lo que se partirá la información de manera ordenada para que tenga el alcance satisfactorio que se espera. Las diferentes salas de espera contarán con este contenido relacionado y coherente lo que respecta a una casa de salud. El contenido del video tiene como prioridad la salud preventiva, como resultado a las encuestas realizadas. Específicamente sobre prevención de las enfermedades que son la principal causa de muerte en el país. Tales como la diabetes, hipertensión, cáncer de mama, entre otras. En el caso de este video, se tratará el tema de la diabetes.

La educación ofrecida a los pacientes por el profesional de la salud no es simplemente la repetición o entrega de información impresa, sino que se trata de un proceso que requiere del dominio de habilidades para obtener información de la persona, seleccionar la metodología de enseñanza, evaluar el logro de metas y llevar a cabo un seguimiento, vigilando su evolución, a fin de incrementar la habilidad de la persona para la toma de decisiones sobre el cuidado de su salud y la adopción de conductas adecuadas ante las enfermedades (Bustamante, et al., 2015, párr.3).

Este proyecto plantea como producto, la creación de material audiovisual de carácter educativo y comunicacional. Consiste en la realización de un video animado con contenido de salud preventiva, inspirado en y para los pacientes en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra.

Todo el contenido que aparezca en la animación pretende ser veraz, y por ende, fundamentado científicamente, pero este conjunto de fundamentaciones médicas podrían incluso pasar desapercibidas si no se presentan de una

manera correcta, creativa, innovadora y llamativa. En este punto entra la amplia gama de técnicas aprendidas dentro de la carrera de Multimedia y Producción audiovisual, siendo algunas de ellas motion graphics, animación 2D, ilustración y diseño de personajes, videocomposición digital, sonido, semiótica, entre otras.

Vincular los conocimientos y alcance tecnológico con un tema que pueda participar positivamente con la comunidad, llega a ser una forma de contribución a la sociedad; una manera de demostrar la versatilidad, utilidad y creatividad que se puede poner en práctica gracias a los conocimientos directamente relacionados con la carrera. Los avances dentro de la tecnología en la actualidad dan posta a la creación; facilitan enormemente la realización y materialización de ideas que tan solo unas cuantas décadas antes podrían sonar descabelladas o increíblemente complicadas de ejecutar.

El impacto que las tecnologías informáticas de la comunicación e información (TICs) tiene sobre el actual tejido social engendra categorías ampliamente difundidas en el discurso social y académico. “Cultura digital”, “cibercultura”, “cultura informática” son nociones utilizadas para destacar la centralidad que esas tecnologías adquieren en nuestros modos de vivir (Pettit, SF, p.181).

Así como el mundo va cambiando y tomando distintas formas, adaptaciones y modos de vida, debemos movernos a manera de no perdernos contracorriente y así mismo ayudar a quienes tienen las ganas, más no los recursos o medios tecnológicos para moverse al mismo ritmo.

La llegada de la revolución digital ha desatado una verdadera crisis entre los modelos teóricos tradicionales de la comunicación, que tiene salida sólo en la medida que la comunicación, como campo científico-discursivo, en vez de un campo centrípeto, se asuma como un campo conversacional centrífugo, una red intertextual de conversaciones, que permita situar prácticas y discursos sociales

(Scolari, 2008, p.36).

Pasar de los medios tradicionales a los novedosos medios actuales es un gran paso que, no necesariamente, se debe dar solos. Una vez seleccionada la temática a tratarse en los videos, tras haber pasado por el proceso de recopilación de datos, se desarrollará esta propuesta educomunicacional, apoyada en los recursos tecnológicos de la época. “El contraste entre los estudios de la comunicación de masas y las nuevas formas posmasivas de comunicación, es decir, procesos de comunicación mediados por tecnologías digitales” (Scolari, 2008, p.41).

Es importante entender a la población, sus necesidades, su psicología, cómo reaccionan ante una acción para saber qué deben entregarles los comunicadores. Se considera también pertinente el análisis minucioso de la simbología, se usará psicología del color para determinar una paleta cromática y que exista una relación coherente entre los efectos sonoros, musicalización y estética con todo el contenido en sí, pues el producto final debe reflejar calidad, un mensaje claro, técnica y atención al detalle. Es sumamente trascendental que el receptor capte el mensaje de la manera en la que el emisor desea que lo haga, más no de una manera tergiversada, complicada, ni aburrida. Sobre todo porque hoy en día existen herramientas con las que se puede trabajar para demostrar que la teoría científica no tiene porqué ser tediosa.

Capítulo 3. Diseño del estudio

3.1. Planteamiento del problema

El tiempo muerto en las salas de espera resulta muchas veces contraproducente. En el Hospital IESS de la ciudad de Ibarra se han instalado en el último año pantallas en las diversas salas de espera en las que se proyectan videos que tienen poca riqueza técnica y gráfica, información no uniforme ni ordenada, imágenes estáticas mal distribuidas y poco llamativas, además de material sin respeto al derecho de autor. La información que se transmite no tiene intencionalidad ni profesionalismo por lo que las cosas que se transmiten son en su mayoría ignoradas.



Figura 4 Sala de Radiología. La gente es indiferente con la pantalla informativa.

Es muy necesaria la consideración del uso acertado para una herramienta tan valiosa de comunicación y que llega a un público surtido y extenso.

Para el aprovechamiento de estos instrumentos de comunicación es primordial dar la importancia justa al tiempo del paciente generándole una actividad opcional al momento de la espera, cuyo objetivo es impartir conocimientos de manera pedagógica, vistosa y verosímil sobre temas que conciernen a todos,

sobre salud, bienestar, autocuidado, prevención, normas generales y, al mismo tiempo, generar en el inconsciente del paciente una valoración y preferencia a la calidad visual, gráfica y auditiva. Se pone a disposición, como ejemplo, las siguientes referencias audiovisuales alineadas con el mismo tema:



Figura 5 Motion Graphics brasileño sobre la diabetes.



Figura 6 Video informativo sobre el día de la prevención de la diabetes.



Figura 7 Video explicativo sobre el uso del video.

Cuando el contenido no es presentado de manera eficiente, los pacientes no solo se aburren sino que también pierden el interés por sea cual sea la información que se esté transmitiendo en las pantallas informativas.

Para la recopilación de información real se debe realizar una investigación descriptiva, haciendo medición de variables independientes (pacientes afiliados al seguro social), a través de las cuales se determinará su preocupación por el

tema y se tomarán en cuenta las sugerencias sobre la información que les gustaría y les sería útil recibir. Con los resultados de encuestas pueden determinarse varios puntos desde su perspectiva. También resulta útil la herramienta de observación participativa por el lado cuantitativo.

Esta problemática es especialmente llamativa porque no solo se detecta el desinterés de la población ibarreña afiliada, por el material poco informativo que reciben sino que también, hay dificultad para reconocer la calidad y valor de contenido que absorben actualmente, empezando por la publicidad y terminando en lo educacional. Es necesario pasar los contenidos por filtros hasta obtener material admisible, práctico, de calidad, que cumpla con parámetros esenciales, antes de ser transmitido.

3.2. Preguntas

- ¿El material transmitido por los canales audiovisuales a los pacientes en espera en el Hospital IESS de Ibarra hace extensivo un mensaje de salud preventiva a los afiliados de esta unidad de salud?
- ¿Qué mensaje desean transmitir las autoridades del Hospital IESS de Ibarra a través del material audiovisual a los pacientes en espera?
- ¿Qué tipo de información desean visualizar los pacientes en espera que asisten al Hospital IESS de Ibarra?

3.3. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Mejorar la calidad del material transmitido por los canales audiovisuales a los pacientes en espera en el Hospital IESS de Ibarra a través de técnicas de animación atractivas que logren hacer extensivo un mensaje de reflexión y prevención a la audiencia.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar el mensaje principal que desean transmitir las autoridades del Hospital del IESS de Ibarra a través del material audiovisual a los pacientes en espera de esta unidad de salud.
- Identificar el tipo de información que los pacientes en espera que asisten al Hospital IESS de Ibarra desean recibir en las instalaciones de esta casa de salud.

3.4. Metodología

El estudio para la recopilación de datos, está destinado a realizarse en el Hospital IESS en la ciudad de Ibarra, ubicada en la provincia de Imbabura-Ecuador.

La muestra a determinarse está sesgada entre los pacientes afiliados y el personal administrativo y médico de la institución. Por lo que se tomará determinado número representativo de personas de modo que se pueda generalizar los resultados para el universo, cumpliendo así el estudio cualitativamente y con un diseño de investigación de campo. Para empezar por el primer grupo, se utilizará la metodología bola de nieve aplicada a cincuenta personas de características variadas debido a la basta cantidad de gente que acude a la casa de salud. Hombres y mujeres de edades entre 16 a 95 años, con niveles económicos aproximados entre dos a cuatro quintiles.

El segundo grupo, que consta del personal administrativo y médico, será de veinticinco personas, igualmente hombres y mujeres con cargos y edades variadas que estarán entre los 20 y 60 años aproximadamente. El nivel socio-económico estará entre el tercer y cuarto quintil.

El tipo de estudio por el que la investigación se inclina es el cuantitativo debido a que la parte colectiva que se determinada como muestra, se usa para ampliarse y verse de una manera general dentro del universo, respondiendo a cifras estadísticas cuidadosamente analizadas. Todo esto direcciona al estudio a ser descriptivo pues toda la información que se obtenga a través de las herramientas para recolección de datos, se presta para análisis, diagnóstico, comparación e identificación.

Las herramientas a utilizar para recopilación de datos son encuestas de dos tipos: una para los afiliados y la otra para los administrativos y trabajadores de la institución. De modo que se pueda determinar el tema general para el material audiovisual.

El tipo de análisis para esta investigación será de carácter exploratorio y descriptivo. Primeramente se llevará dos tipos de encuestas. Lo que se busca a partir de la aplicación de estas herramientas es obtener resultados que reflejen las opiniones sinceras de los participantes, de modo que a través del producto, se puedan saciar sus necesidades comunicativas, visuales y sonoras. A partir de los datos, nacerán los temas que serán la base para el video producto destinado a transmitirse en las pantallas que se encuentran en las salas de espera del Hospital IESS de la ciudad de Ibarra. También se determinará el grado de aceptación de la información actual y la que se desearía receptor desde el punto de vista de la audiencia, teniendo en cuenta las carencias y necesidades, pensando en el beneficio del paciente. Se busca fortalecer los conocimientos en el aspecto de salud y autocuidado que han de llevar a la reflexión y acción.

Se podrá tener conocimiento de qué opinan los afiliados sobre la calidad y

contenido de la actual información que se transmite y saber su nivel de interés sobre los contenidos que reciben y al mismo tiempo qué tan satisfechos se sienten con ello.

Capítulo 4. Desarrollo del proyecto

4.1. Preproducción

4.1.1. Encuestas y resultados

Dentro de la metodología del estudio se dijo que como herramienta recopilatoria de datos, estaba previsto aplicar encuestas. Se realizó el diseño de dos encuestas pensadas en los dos tipos de muestras dentro de la población, que resultan significativas para el estudio, siendo estas, los pacientes afiliados al Hospital IESS de Ibarra y también el personal administrativo y médico de la misma institución.

La intencionalidad base para realizar las encuestas es determinar mediante la opinión de la población misma, el tema que será el eje para este proyecto. En otras palabras, determinar qué es lo que la audiencia quiere ver.

En segundo lugar, entender qué es lo que la institución quiere informar o proyectar para poder sintetizar un mensaje claro, que cumpla las expectativas de ambas partes involucradas.

Los modelos de cada encuesta respectivamente, se encuentran a continuación:

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES
ESCUELA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Formulario de encuesta dirigido a los afiliados que acuden al Hospital IESS de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo determinar la clase de contenido que los pacientes desean visualizar a través de las pantallas informativas colocadas en las salas de espera de las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra.

Edad:

Género:

Tiempo de afiliación:

1) ¿Con qué frecuencia acude al Hospital IESS de Ibarra?

1-3 meses ()

3-6 meses ()

1 vez al año ()

2) Durante el tiempo de espera Ud. prefiere:

Conversar con otros pacientes ()

Leer información sobre salud en medios impresos ()

Informarse acerca de educación de la salud en medios audiovisuales ()

Otros () ¿cuáles? _____

3) ¿Considera Ud. importante la implementación de pantallas informativas en las salas de espera de las diferentes áreas médicas en el Hospital IESS de Ibarra?

Si ()

No ()

¿por qué?

4) ¿Cuál es su opinión respecto a la calidad del contenido que actualmente se transmite por las pantallas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Muy buena ()

Buena ()

Mala ()

Pésima ()

5) ¿Le gustaría a Ud. recibir información de aspectos importantes de la salud a través de cortos animados visualmente atractivos en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Si ()

No ()

¿por qué?

6) ¿Qué tipo de información le gustaría observar en las pantallas informativas mientras espera ser atendido en el Hospital IESS de Ibarra?

Tips de salud preventiva ()

Entretenimiento y ocio ()

Cómo actuar ante enfermedades comunes ()

Fundamentos básicos de la salud ()

Otros () ¿cuáles? _____

7) ¿Considera Ud. que el contenido que se transmite en las pantallas informativas en las salas de espera debe renovarse cada cierto tiempo?

Si ()

No ()

Si su respuesta fue si:

¿Con qué frecuencia considera Ud. pertinente el cambio de información transmitida a través de las pantallas informativas?

- Cada 3 meses ()
 Cada 6 meses ()
 Cada 9 meses ()
 Una vez al año ()
 Otro () ¿cuál? _____

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
 FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES
 ESCUELA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Formulario de encuesta dirigido a servidores públicos del Hospital IESS de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo determinar el mensaje que las autoridades desean transmitir a los afiliados a través de las pantallas informativas colocadas en las salas de espera de las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra.

Edad:

Género:

Cargo:

Años de trabajo en la institución:

1) ¿Cuál es la finalidad de ubicar canales de transmisión audiovisual en las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra?

2) ¿Cuáles son los aspectos a tomar en cuenta al momento de seleccionar el contenido de las pantallas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

3) Del 1 al 5 ¿cómo calificaría Ud. la calidad del contenido que actualmente se transmite en las pantallas del Hospital IESS de Ibarra? Considerando que 1 equivale a pésimo y 5 a excelente.

- Excelente ()
Muy Bueno ()
Regular ()
Malo ()
Pésimo ()

4) ¿Cree Ud. que el afiliado recibe el mensaje que ustedes como institución desean transmitir a través de las pantallas informativas?

- Si ()
No ()

¿por qué?

5) Califique ¿Qué tan importante es para ustedes como institución el manejo de su imagen corporativa a través del uso de medios audiovisuales? siendo 1 el equivalente a nada importante y 5 a extremadamente importante.

- Nada importante ()
Poco importante ()
Importante ()
Muy importante ()
Extremadamente importante ()

6) ¿Estaría Ud. abierto a cambiar el contenido que actualmente se transmite a través de las pantallas informativas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

- Si ()
No ()

¿por qué?

7) ¿Estaría Ud. dispuesto a promover la educación de la salud de los afiliados a través de las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Si ()

No ()

¿por qué?

8) ¿Qué mensaje desean transmitir como autoridades a través del material audiovisual a los pacientes en espera?

Salud preventiva ()

Informativos institucionales ()

Entretenimiento y ocio ()

Información relevante acerca de enfermedades comunes actuales ()

9) ¿Con qué frecuencia cree Ud. que el material informativo transmitido a través de las pantallas debe cambiarse?

Cada 3 meses ()

Cada 6 meses ()

Cada 9 meses ()

Una vez al año ()

Otro () ¿cuál? _____

A continuación se presenta la compilación de información recopilada a través de estas encuestas. Dicha información, ordenada y analizada de modo que se evidencien los resultados de la manera más concisa e ilustrativa. Cada pregunta cuenta con su propio gráfico y análisis.

Análisis de las encuestas realizadas a los afiliados del Hospital IESS Ibarra

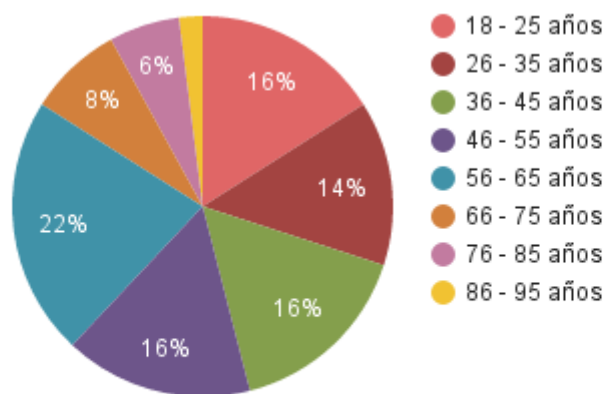


Figura 8 Edad

Del gráfico se concluye que la mayor parte de los afiliados que respondieron a esta encuesta tienen una edad comprendida entre 56 a 65 años, equivalente a un 22%; seguidos por tres grupos de personas cuyas edades están entre los 18 a 25 años, 26 a 45 años y 46 a 55 años que representan el 16% cada uno, luego podemos observar un grupo de afiliados con edades comprendidas entre los 26 a 35 años que representan un 14%, seguidos por el 8% de afiliados con edades entre los 66 a 75 años, el 6% con edades entre los 76 a 85 años y por último un 2% cuyas edades se encuentra entre los 86 a 95 años.

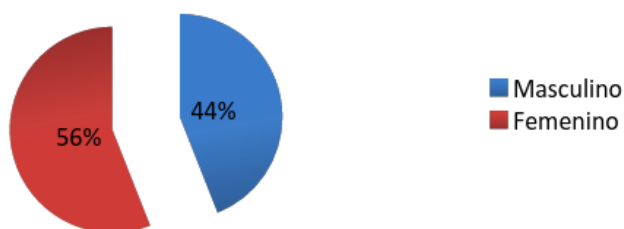


Figura 9 Género

Como se observa en el gráfico, la gran mayoría de los encuestados corresponden al género femenino lo que representa un 56%, mientras que el 44% restante de los encuestados son del género masculino.

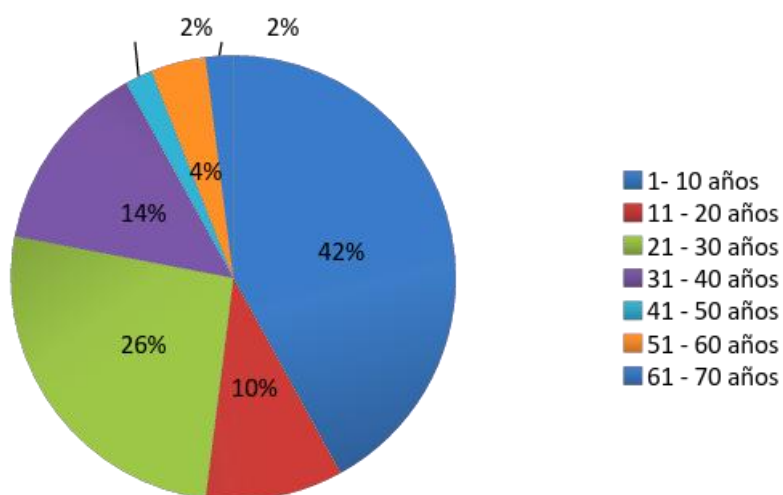


Figura 10 Tiempo de afiliación

En gráfico anterior se puede observar que el 42% de los encuestados tienen un tiempo de afiliación que va de 1 a 10 años, el 26 % han aportado a la institución por 21 a 30 años, el 14% y el 10% están afiliados desde hace 31 a 40 años y desde 11 a 20 años respectivamente, un 4% son afiliados desde hace 51 a 60 años , finalmente el 2% corresponde a dos grupos de personas que tienen un tiempo de afiliación comprendido entre los 41 a 50 años y entre los 61 a 70 años

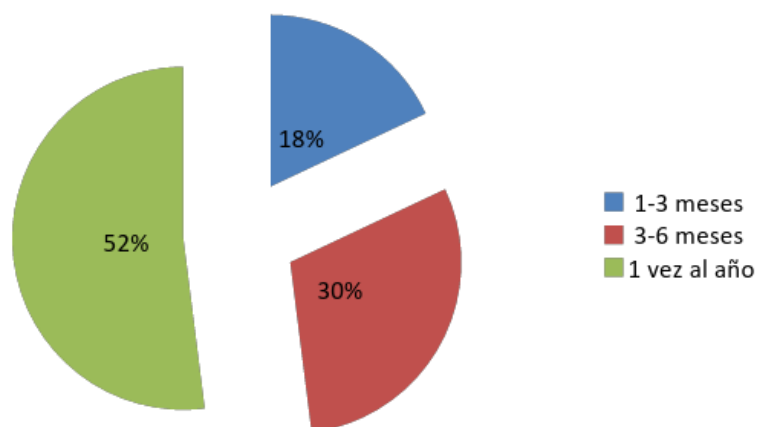


Figura 11 ¿Con qué frecuencia acude al Hospital IESS de Ibarra?

Como se puede observar en el gráfico, la mayor parte de los encuestados, es decir el 52%, asisten al menos una vez al año a este centro de salud; sin embargo también hay personas que acuden con mayor frecuencia encontrándose un 30% de personas que asisten una vez cada 3 a 6 meses y tan solo un 18% se acercan a este centro de salud una vez cada tres meses

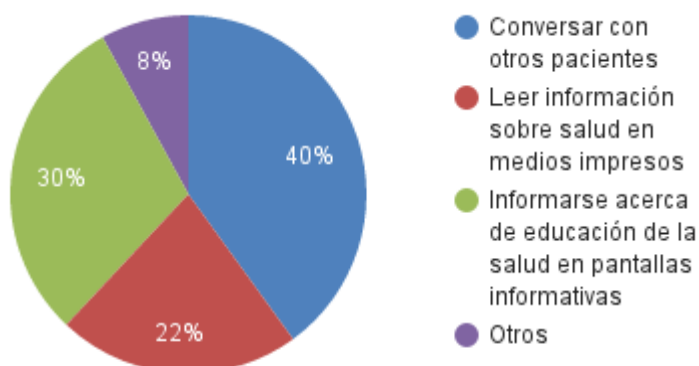


Figura 12 Durante el tiempo de espera Ud. prefiere:

Mientras los pacientes esperan a ser atendidos el 40% de los encuestados prefiere acortar el tiempo de espera conversando con otros pacientes, el 30% prefiere informarse acerca de aspectos relativos a la salud, un 22% se dedica a leer información en medios impresos, mientras que el 8% prefiere realizar otras actividades como escuchar música, leer libros personales o recorrer el hospital.

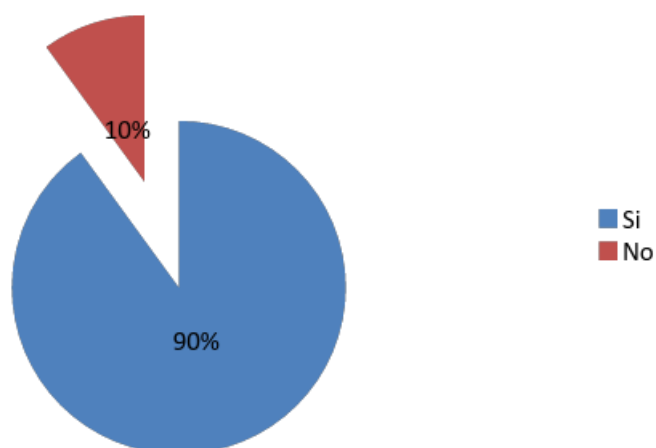


Figura 13 ¿Considera Ud. importante la implementación de pantallas informativas en las salas de espera de las diferentes áreas médicas en el Hospital IESS de Ibarra?

Como se puede observar en el gráfico, la mayoría de los afiliados creen que sería importante la implementación de pantallas informativas en las salas de espera de las diferentes áreas médicas de esta casa de salud, tan solo un 10% de los encuestados considera irrelevante la implementación de estos medios audiovisuales.

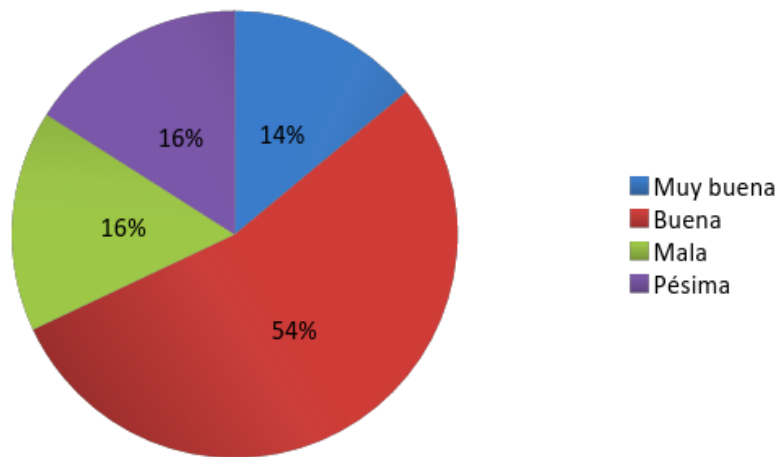


Figura 14 ¿Cuál es su opinión respecto a la calidad del contenido que actualmente se transmite por las pantallas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Referente a la calidad del contenido que actualmente se transmite a través de las pantallas en las salas de espera del hospital, el 54% de los encuestados opinan que los contenidos son de buena calidad, el 16% correspondiente a dos grupos opinan que el contenido en su gran mayoría es malo y pésimo y un 14% opinan lo contrario, aduciendo que el contenido transmitido es de muy buena calidad.

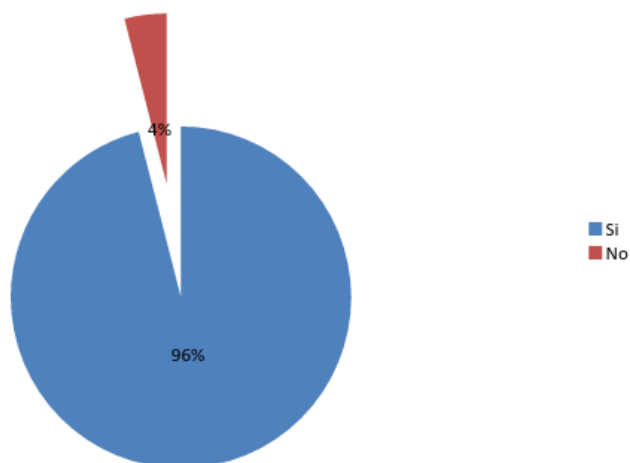


Figura 15 ¿Le gustaría a Ud. recibir información de aspectos importantes de la salud a través de cortos animados visualmente atractivos en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Como se puede observar en el gráfico, el 96% de los encuestados están de acuerdo con recibir información de aspectos importantes de la salud, a través de cortos animados atractivos mientras esperan a ser atendidos en esta casa de salud; tan solo un 4% no está de acuerdo o no le interesa ya que algunos poseen amplio conocimiento acerca de temas relevantes de la salud o simplemente porque los cortos animados no son de su preferencia.

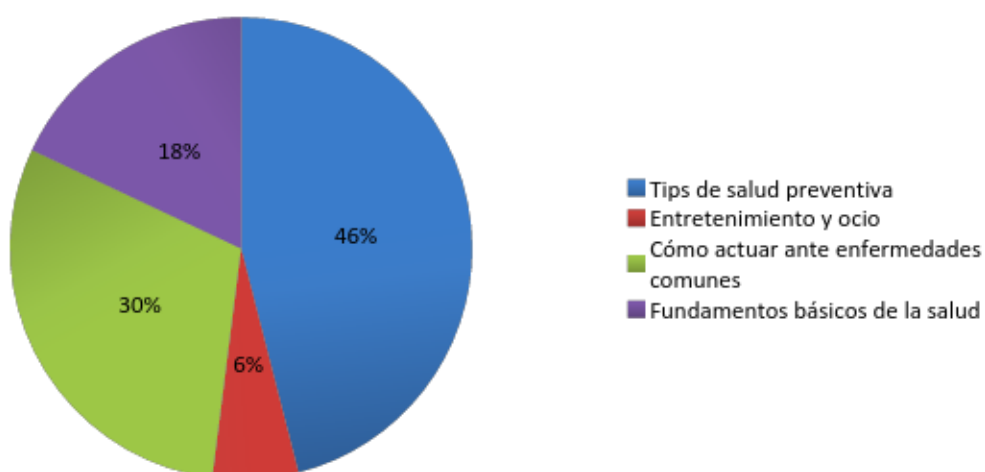


Figura 16 ¿Qué tipo de información le gustaría observar en las pantallas informativas mientras espera ser atendido en el Hospital IESS de Ibarra?

Como se puede observar en el gráfico anterior, el 46% de los encuestados preferirían recibir tips de salud preventiva a través de las pantallas ubicadas en las salas de espera, el 30% considera necesario tener mayor información acerca de cómo actuar ante enfermedades comunes, al 18% le gustaría conocer más acerca de los fundamentos básicos de la salud y tan solo el 6% estaría interesado en observar videos correspondientes a la categoría de entretenimiento y ocio.

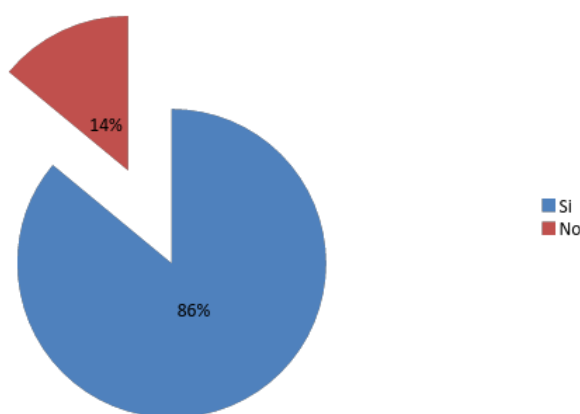


Figura 17 ¿Considera Ud. que el contenido que se transmite en las pantallas informativas en las salas de espera debe renovarse cada cierto tiempo?

Del gráfico anterior se concluye que el 86% de los encuestados consideran necesario que el contenido que se transmite en las pantallas en las salas de espera de esta casa de salud sean renovadas constantemente, mientras que el 14% no considera importante la rotación del contenido transmitido a través de estos medios audiovisuales.

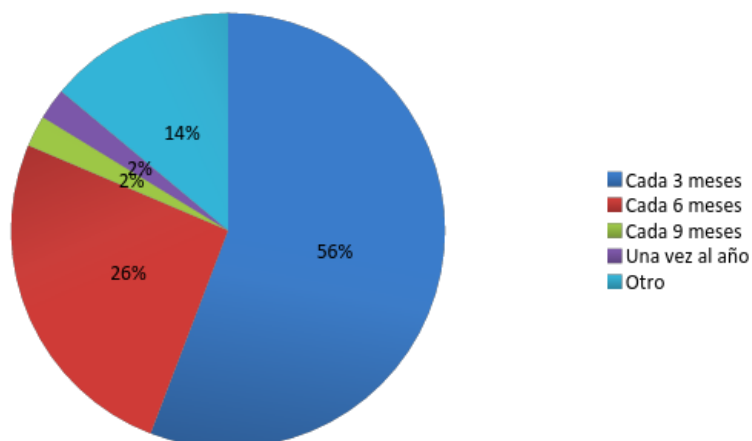


Figura 18 ¿Con qué frecuencia considera Ud. pertinente el cambio de información transmitida a través de las pantallas informativas?

El último gráfico nos manifiesta que el 56% de los encuestados, que en la anterior pregunta respondieron afirmativamente, cree que sería importante realizar un cambio cada 3 meses de la información que se transmite en las pantallas ubicadas en las salas de espera, el 26% opina que este contenido debe renovarse cada 6 meses, un 14% está de acuerdo con que el contenido se cambie cada con mayor frecuencia, es decir: cada semana, cada mes o cada dos meses y que se evite la transmisión de mensajes políticos, finalmente el 2% correspondiente a dos grupos, opinan que esta información de debe rotar cada 9 meses o una vez al año.

Análisis de las encuestas realizadas al personal administrativo del Hospital
IESS Ibarra

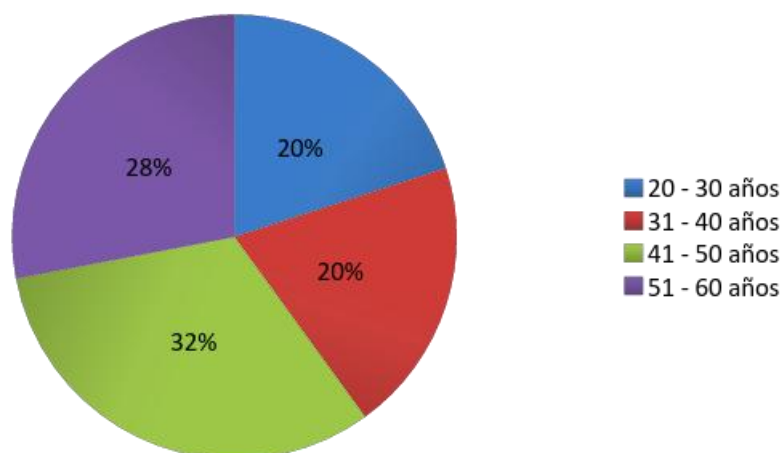


Figura 19 Edad

Como se observa en el gráfico anterior el 32% de las personas encuestadas tienen un rango de edad comprendido entre los 41 a 50 años, seguidos por un 28% cuyas edades fluctúan entre los 51 a 60 años y finalmente tenemos dos grupos que representan el 20% con edades comprendidas entre los 20 a 40 años.

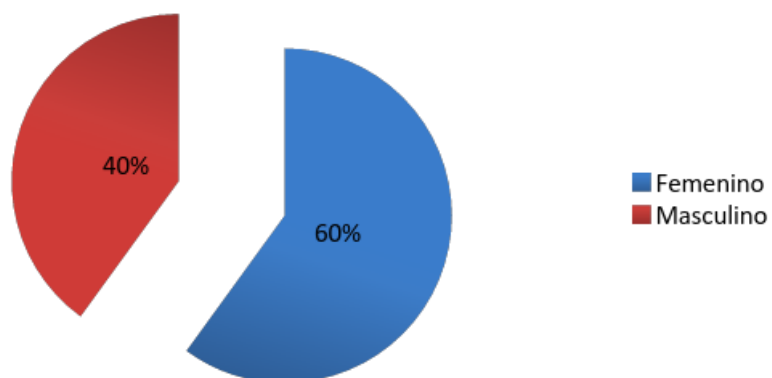


Figura 20 Género

Del personal administrativo encuestado, un 60% fueron mujeres; mientras que el 40% restante corresponde a personas de género masculino.

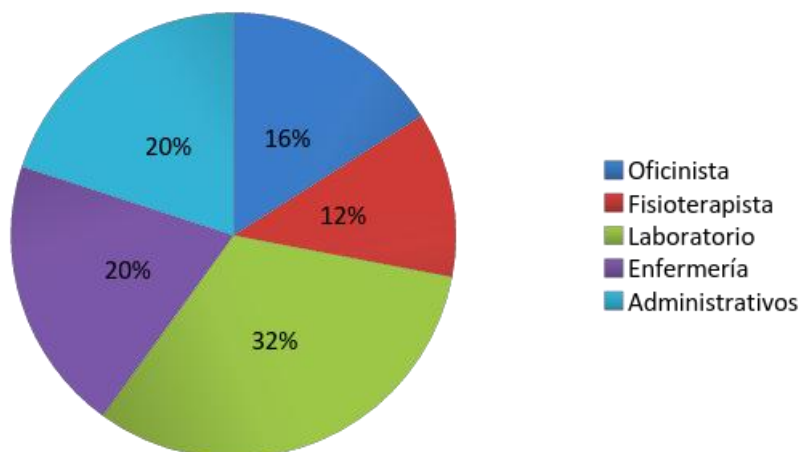


Figura 21 Cargo

A partir del gráfico anterior se puede concluir que el 32% de los encuestados tienen un cargo en el área de laboratorio clínico, el 20% representa a personal de enfermería, otro 20% a personal administrativo, un 16% a oficinistas y finalmente un 12% a personal del área de fisioterapia.

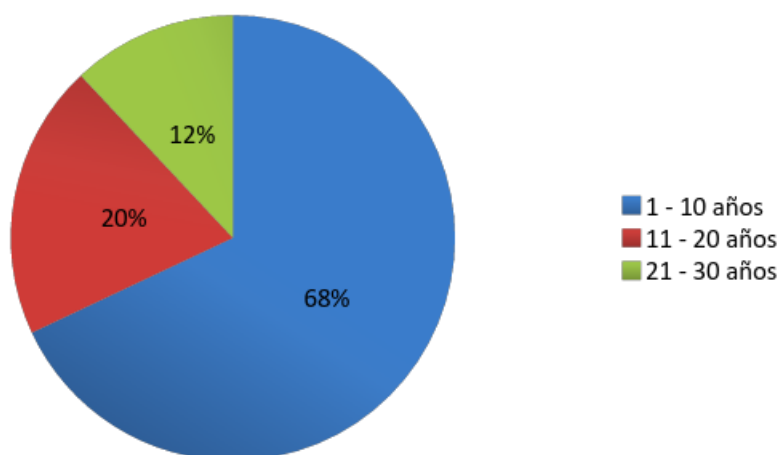


Figura 22 Tiempo de trabajo en la institución

Como se puede observar en el gráfico, el 60% de los encuestados llevan trabajando en la institución entre 1 a 10 años, el 20% labora entre 11 a 20 años y tan solo un 12% ha trabajado aproximadamente entre 21 a 30 años en esta casa de salud.

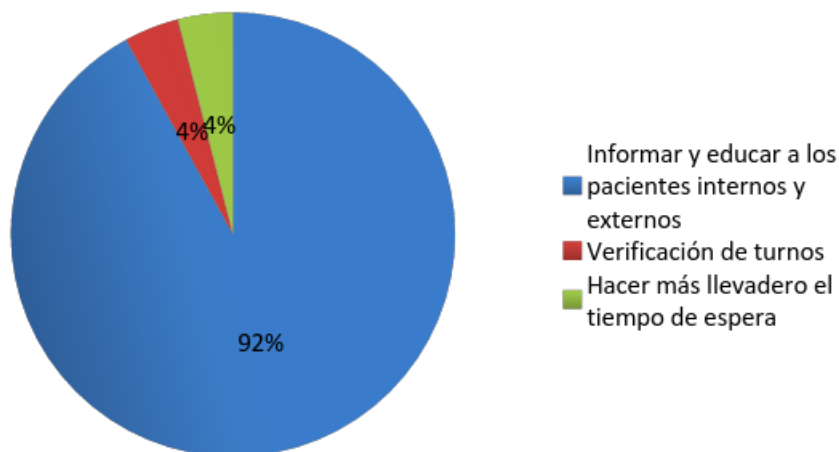


Figura 23 ¿Cuál es la finalidad de ubicar canales de transmisión audiovisual en las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra?

En base al gráfico se puede concluir que el 92% del personal administrativo de esta institución cree que la finalidad de ubicar canales de transmisión audiovisual en distintas áreas del hospital es principalmente para informar y educar tanto a los pacientes internos como a los externos. El 4% considera que la finalidad de estos canales es para la verificación de turnos como es el caso farmacia y otro 4% cree que ayudan esencialmente a hacer más llevadero el tiempo de espera en las diferentes áreas del hospital.

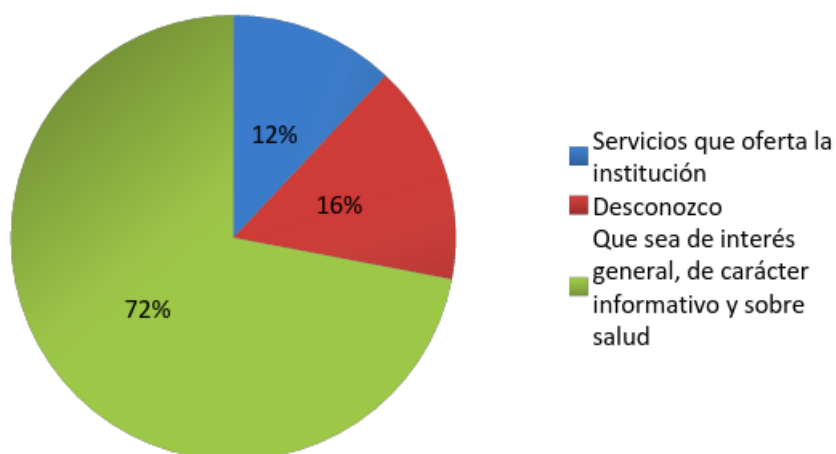


Figura 24 ¿Cuáles son los aspectos a tomar en cuenta al momento de seleccionar el contenido de las pantallas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

En el gráfico anterior se puede observar que el 72% de los encuestados toman en cuenta como aspecto de mayor relevancia que el contenido sea de interés general, que sea de carácter informativo y sobre la salud. Un 16% desconocen cuáles son los criterios con los que se selecciona el contenido a ser transmitido y el 12% piensa que uno de los aspectos a tomar en cuenta es dar a conocer los servicios que presta la institución.

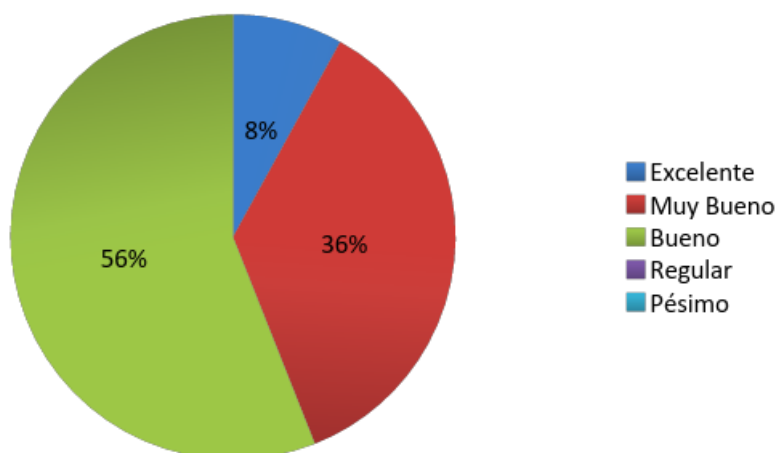


Figura 25 Del 1 al 5 ¿Cómo calificaría Ud. la calidad del contenido que actualmente se transmite en las pantallas del Hospital IESS de Ibarra? Considerando que 5 equivale a excelente y 1 a pésimo.

El 56% de los encuestados calificaron como buena la calidad del contenido que actualmente se transmite en las diferentes pantallas en las áreas de espera del hospital, el 36% opina que la calidad del material transmitido es muy bueno y un 8% califica como excelente la calidad del contenido transmitido actualmente en esta casa de salud.

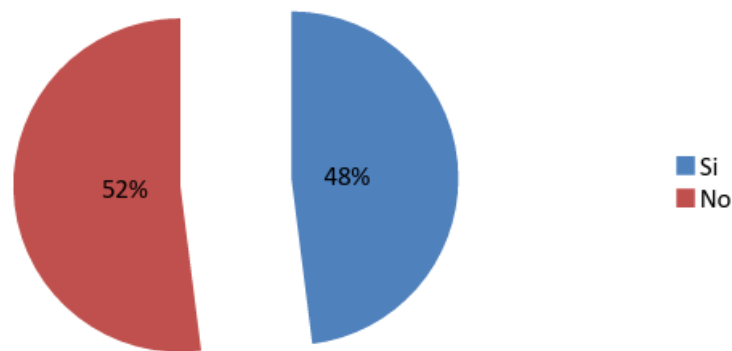


Figura 26 ¿Cree Ud. que el afiliado recibe el mensaje que ustedes como institución desean transmitir a través de las pantallas informativas?

Como se puede observar en el gráfico anterior, el 52% del personal administrativo encuestado cree que el afiliado si recibe el mensaje que la institución desea transmitirles, mientras que el 48% opina lo contrario.

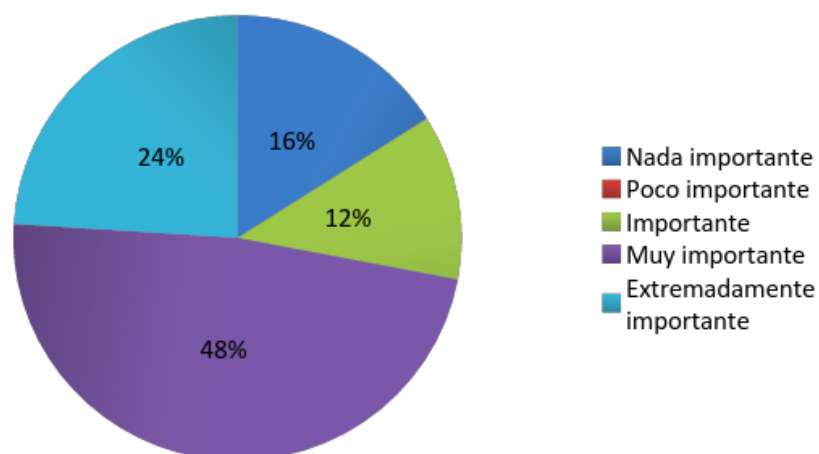


Figura 27 Califique ¿Qué tan importante es para ustedes como institución el manejo de su imagen corporativa a través del uso de medios audiovisuales? siendo 1 el equivalente a nada importante y 5 a extremadamente importante.

El 48% de los encuestados creen que es muy importante el manejo adecuado de la imagen corporativa, un 24% opina que este tema es extremadamente

importante para la institución, al 16% le parece nada importante el manejo de la imagen institucional; sin embargo a un 12% del personal administrativo le parece importante fomentar la buena imagen de la institución.

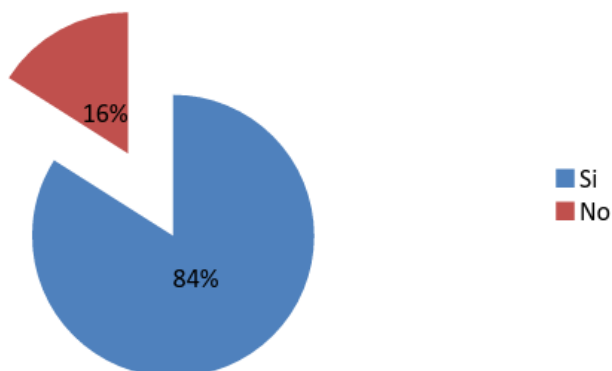


Figura 28 ¿Estaría Ud. abierto a cambiar el contenido que actualmente se transmite a través de las pantallas informativas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

En base al gráfico se puede asegurar que el 84% del personal administrativo encuestado estaría dispuesto a cambiar el contenido que actualmente se transmite a través de las pantallas informativas en las salas de espera del hospital, mientras que un 16% de los encuestados opinan lo contrario.

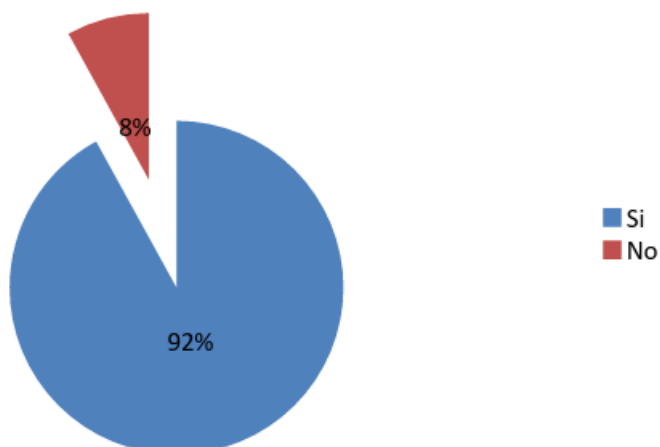


Figura 29 ¿Estaría Ud. dispuesto a promover la educación de la salud de los afiliados a través de las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Como se puede observar el 92% del personal encuestado está dispuesto a promover la educación de la salud de los afiliados a través de las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera de esta casa de salud, mientras que el 8% restante no estaría dispuesto a promover este cambio principalmente porque consideran que el contenido actual es de buena calidad.

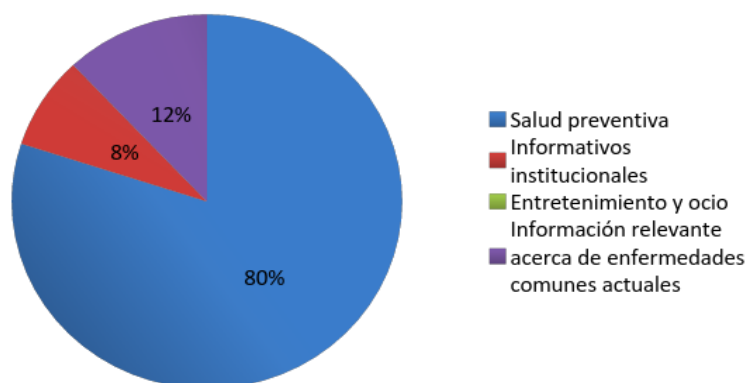


Figura 30 ¿Qué mensaje desean transmitir como autoridades a través del material audiovisual a los pacientes en espera?

El 80% del personal administrativo opina que el mensaje principal que les gustaría transmitir en las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera sería relativo a la salud preventiva, seguido por un 12% de personas que creen que se deberían transmitir información relevante acerca de enfermedades comunes actuales y finalmente un 8% que desearían transmitir informativos institucionales.

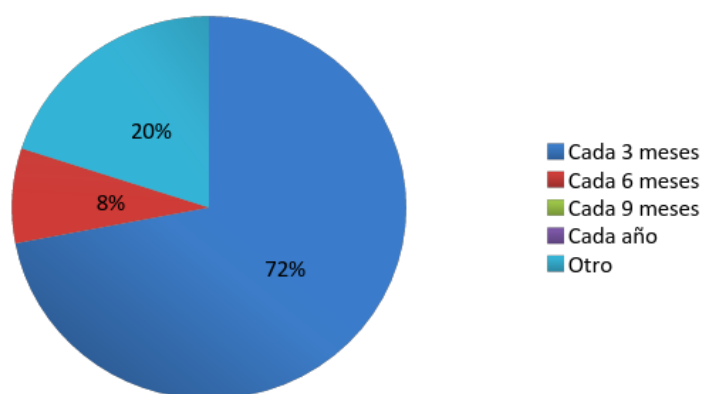


Figura 31 ¿Con qué frecuencia cree Ud. que el material informativo transmitido a través de las pantallas debe cambiarse?

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, el 72% de los encuestados creen que sería conveniente rotar el contenido transmitido cada 3 meses, el 20% opina que este contenido debería cambiarse cada mes o cada vez que aparezca una noticia actual, finalmente un 8% está de acuerdo con que el contenido se cambie cada 6 meses.

Para concluir, las encuestas realizadas a gente directamente relacionada con el Hospital IESS de Ibarra con edades que varían desde los 18 hasta los 95 años; hombres y mujeres. Afiliados y servidores públicos; se puede reconocer que todos ellos son conscientes de la importancia que tienen las pantallas informativas y más de un 90% en ambos casos, están abiertos a recibir

información sobre salud, que promueva la educación del paciente, a través de este medio. A pesar de que por conformismo o falta de conocimiento sobre audiovisuales muchas personas consideraron de buena calidad al material que en la actualidad se imparte, están de acuerdo con que se genere un cambio.

La institución considera que el objetivo principal de las pantallas es informar y educar a pacientes internos y externos por lo que un 84% de profesionales de la salud están prestos a renovar contenido para reemplazar al que hoy por hoy se transmite. Por otro lado, un 96% de pacientes en espera afirman estar interesados en recibir información relevante sobre temas de salud, en especial salud preventiva; por medio de cortos animados visualmente atractivos.

Ambos casos concuerdan que la información que se transmite debería cambiarse mínimo cada tres meses y están dispuestos a acoger proyectos que promuevan la educación de la salud.

Por mayoría se determinó en el análisis de las encuestas que el tema central para los videos será *salud preventiva*, pero este tema como tal, sigue siendo muy general y extenso. Por tanto, para pasar de lo general, a lo específico, y tomando en cuenta los datos oficiales del Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (INEC) con fuente en el anuario de Registros Administrativos de nacimientos y defunciones, y haciendo énfasis en el área de salud, se consideró pertinente basarse en las principales enfermedades que son causa de muerte en el Ecuador; más que nada, como un llamado de atención respecto realidad sobre la salud de los ecuatorianos.

Según el anuario de Registros Administrativos de nacimientos y defunciones (INEC, 2013, p.34). La diabetes es la primera causa de muerte en el Ecuador, seguida por enfermedades hipertensivas y cardiovasculares, enfermedades infecciosas intestinales, entre otras.

			Total de defunciones		63.104		
			Tasa de mortalidad general (x 100.000 hab.)		400,03		
N°	Código	Cód. CIE-10	Causas de muerte	Númer	%	Tasa	
1	26	E10-E14	Diabetes mellitus	4.695	7,44%	29,76	
2	34	I10-I15	Enfermedades hipertensivas	4.189	6,64%	26,56	
3	46	J10-J18	Influenza y neumonía	3.749	5,94%	23,77	
4	42	I60-I69	Enfermedades cerebrovasculares	3.567	5,65%	22,61	
5	57	V00-V89	Accidentes de transporte terrestre	3.072	4,87%	19,47	
6	35	I20-I25	Enfermedades isquémicas del corazón	2.942	4,66%	18,85	
7	51	K70-K76	Cirrosis y otras enfermedades del hígado	2.005	3,18%	12,71	
8	53	N00-N39	Enfermedades del sistema urinario	1.874	2,97%	11,88	
9	41	I50-I51	Insuficiencia valvular, complicaciones y enfermedades mal definidas	1.716	2,72%	10,88	
10	09	C16	Neoplasia maligna del estómago	1.570	2,49%	9,95	
11	47	J40-J47	Enfermedades crónicas de las vías respiratorias inferiores	1.425	2,26%	9,03	
12	55	P00-P96	Ciertas afecciones originadas en el período prenatal	1.390	2,20%	8,81	
13	64	X85-Y09	Agresiones (Homicidios)	1.271	2,01%	8,06	
14	24	C81-C96	Neoplasia maligna del tejido linfático, hematopoyético y afines	1.090	1,73%	6,91	
15	65	Y10-Y34	Eventos de intención no determinada	1.025	1,62%	6,50	
16	56	Q00-Q99	Malformaciones congénitas, deformidades y anomalías	908	1,44%	5,76	
17	20	C61	Neoplasia maligna de la próstata	842	1,33%	5,34	
18	07	B20-B24	Enfermedad por virus de la inmunodeficiencia (VIH)	762	1,21%	4,83	
19	18	C53-C55	Neoplasia maligna del útero	702	1,11%	4,45	
20	63	X80-X84	Lesiones autoinflingidas intencionalmente (Suicidio)	676	1,07%	4,29	
21	15	C33 C34	Neoplasia maligna de la tráquea, bronquios y pulmón	642	1,02%	4,07	
22	11	C22	Neoplasia maligna del hígado y de las vías biliares	637	1,01%	4,04	
23	48	J80-J84	Edema pulmonar y otras enfermedades respiratorias que afectan al intersticio	606	0,96%	3,84	
24	10	C18-C21	Neoplasia maligna del colon, sigmoide, recto y ano	598	0,95%	3,79	
25	17	C50	Neoplasia maligna de la mama	521	0,83%	3,30	
	88	RESTO	Resto de causas	15.143	24,00%	96,00	
	99	R00-R99	Causas mal definidas	5.487	8,70%	34,78	

Figura 32 Registros Administrativos de nacimientos y defunciones 2013

Es importante recalcar, una vez mencionadas dichas enfermedades, que, “uno de cada diez ecuatorianos entre los 50 y 59 años padece de diabetes” (OPS, 2014, p.1). La realidad de estos datos es alarmante por lo que el universo de salud preventiva, va cerrándose a ciertos temas puntuales. Enfermedades serias y actuales, de las que las personas deben saber. Fundamentándose en estos hechos, el tema central del corto animado de carácter preventivo es la diabetes.

Una vez concluido el primer estudio dentro de la metodología para recopilación de datos previa la creación del producto, se decidió hacer un nuevo estudio, esta vez más concreto y simplificado. Una vez finalizado y completo el material audiovisual, se tomó una parte de la población que corresponde a los afiliados que acuden diariamente al Hospital IESS de la ciudad de Ibarra, en esta ocasión para generar retroalimentación por parte de la audiencia con respecto al producto final, para ello se formó una muestra de veinticinco personas, quienes tuvieron la oportunidad de mirar la animación y contestar la siguiente encuesta:

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES
ESCUELA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Formulario de encuesta dirigido a los afiliados que acuden al Hospital IESS de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo generar una retroalimentación del video *La diabetes con Lester y Waldo*, por parte de los pacientes que acuden al Hospital IESS de Ibarra.

Edad:

Género:

1) ¿Considera que el video que acaba de ver tiene un mensaje fácil de captar?

Si ()

No ()

2) ¿Cree Ud. que los datos de carácter informativo y preventivo transmitidos en el video son útiles para el día a día?

Si ()

No ()

3) ¿Está de acuerdo con que se proyecten videos de este tipo en las salas de espera de esta casa de salud?

Si ()

No ()

4) ¿Se siente satisfecho con la información que recibió en este video?

Si ()

No ()

Dado todo este proceso, se realizó inmediatamente el análisis estadístico de los resultados mediante gráficos explicativos y conclusiones.

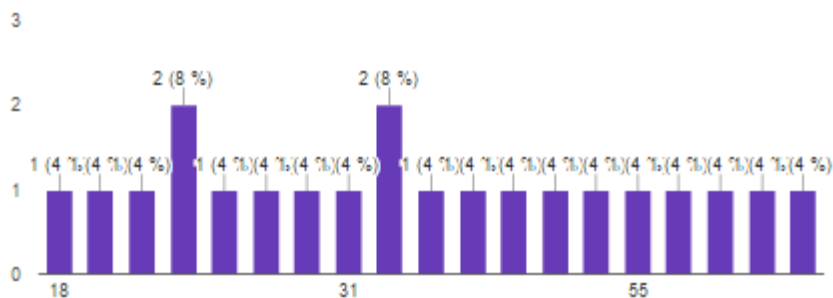


Figura 33 Edad

Como se puede apreciar en el gráfico anterior las edades de los encuestados fluctúan entre los 18 a los 65 años, con un 4% en cada caso, exceptuando las edades de 23 y 32 años en las que se visualiza un crecimiento del 8%.

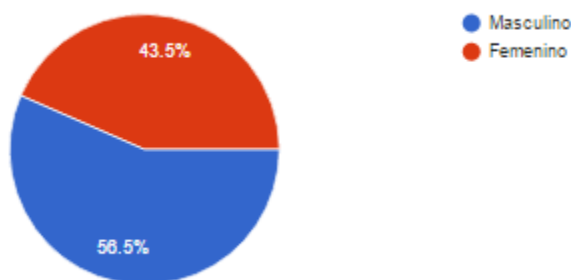


Figura 34 Género

De la totalidad de afiliados encuestados se puede evidenciar que el 56,5% pertenecen al género masculino, mientras que 43,5% corresponde al género femenino.



Figura 35 ¿Considera que el video que acaba de ver tiene un mensaje fácil de captar?

Como se observa en el gráfico anterior, el 100% de pacientes encuestados contestaron de manera afirmativa.



Figura 36 ¿Cree Ud. que los datos de carácter informativo y preventivo transmitidos en el video son útiles para el día a día?

El 100% de pacientes que acuden al Hospital IESS de Ibarra, están de acuerdo con que los datos que se transmiten en el video de carácter informativo y preventivo, son útiles en su día a día.



Figura 37 ¿Está de acuerdo con que se proyecten videos de este tipo en las salas de espera de esta casa de salud?

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, el 100% de personas encuestadas, aprueban la proyección de videos de esta clase en las salas de espera del hospital.

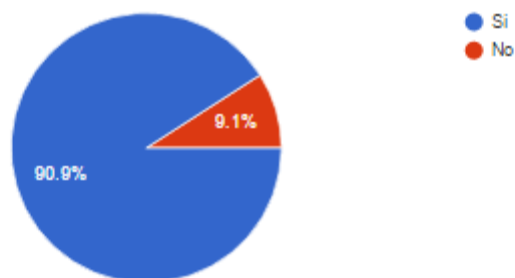


Figura 38 ¿Se siente satisfecho con la información que recibió en este video?

El 90.9% de afiliados respondieron en esta encuesta que se sienten satisfechos con la información impartida en la animación, sin embargo el 9.1% se pronuncia de manera negativa puesto a que desean que la información que se transmite sea más prolongada.

Se ha podido concluir este último estudio con resultados sumamente satisfactorios. Los afiliados están abiertos a nuevas propuestas tecnológicas dentro del campo audiovisual en un 100% y se muestran positivos ante la posibilidad de recibir información sobre prevención en medios gráficos animados mientras se encuentran en las salas de espera. La gran mayoría de afiliados están de acuerdo con recibir información sintetizada en la cantidad de tiempo que se presenta en el video (un minuto, treinta segundos), aún que por otra parte el 9,1% de la población encuestada prefiere recibir información más extensa sobre el tema. Sin embargo se ha podido comprobar que el mensaje de la animación en general, está siendo receptado tal como se planificó desde la preproducción, es decir de manera concisa y fácil de digerir.

4.1.1 Creación de personajes

La idea desde un principio fue la de crear personajes 2D, que como menciona Brarda (2016) “es la imagen plana, la ausencia del eje z en la composición” (p.80). Estos personajes bidimensionales, serían los presentadores y protagonistas del video. Cada uno con su propio nombre, características, personalidad y estilo. Relacionados de alguna manera con la medicina, pero sin ser necesariamente predecibles, por lo que se optó preferentemente por buscar formas orgánicas y curvas, amigables para el inconsciente del espectador, tomando en cuenta que muy de fondo se maneja un tema enormemente sensible, que son las enfermedades que más atacan a los ecuatorianos.

La creación de las figuras se hizo a través de un ejercicio para bocetar que consiste en estimular la pareidolia para encontrar formas donde no las hay, además de experimentar con rasgos más humanos. De entre varias opciones se eligió dos tipos de personajes. A continuación se muestra parte del proceso creativo y selección:



Figura 39 Bocetos para la búsqueda de los personajes

Una vez elegidos los personajes, se procedió a digitalizar a los seleccionados y a crear sus respectivas expresiones, selección de paleta de color, poses y turnaround de cada uno.

Lester, es una forma alargada y flexible, de bordes redondeados; minimalista. Contorneado y con una paleta de color que va en escala de grises. Se caracteriza por ser curioso; tiene necesidad de conocimiento y por esa razón se pregunta el porqué de las cosas. Es bastante inocente y amigable.

Personaje 1 **LESTER**

VISTAS

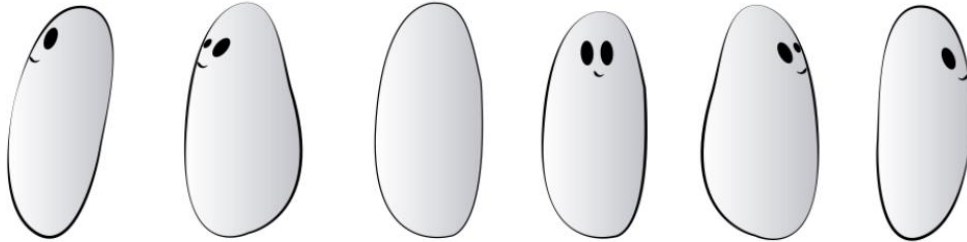
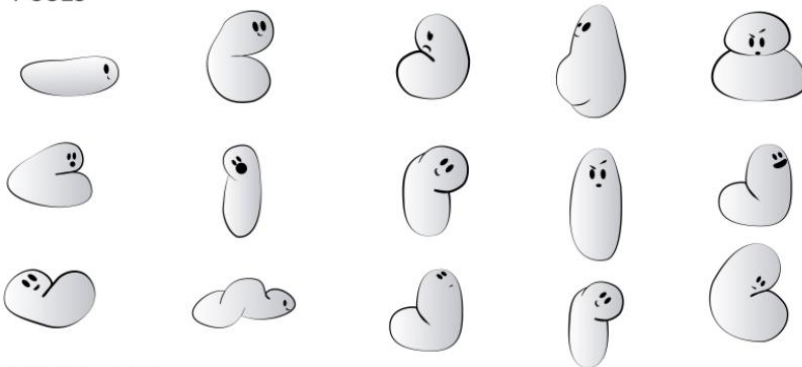


Figura 40 Turnaround del personaje Lester

POSES



EXPRESIONES



Figura 41 Poses y expresiones del personaje Lester

PALETA CROMÁTICA



Figura 42 Paleta cromática del personaje Lester

Waldo, por su parte, es carismático, sociable y escurridizo. Un personaje creado con más detalles, características humanas, tiene brazos, piernas y vestimenta. Se asemeja a una gota de sangre pero también a un médico por la bata que usa.

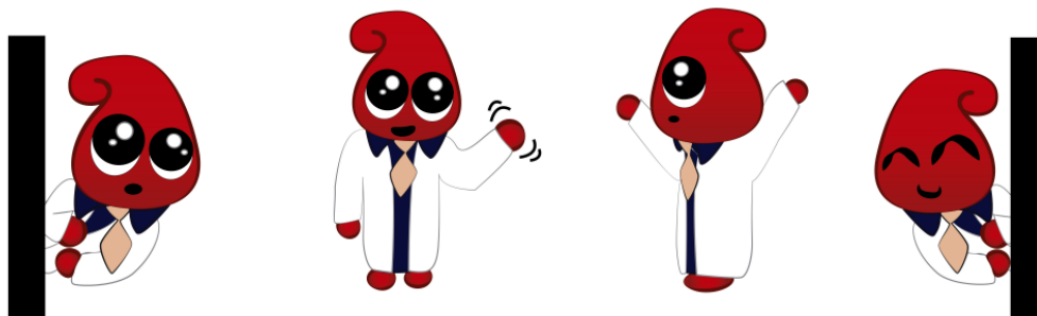
Personaje 2 **WALDO**

VISTAS



Figura 43 Turnaround del personaje Waldo

POSES



EXPRESIONES



Figura 44 Poses y expresiones del personaje Waldo

PALETA CROMÁTICA

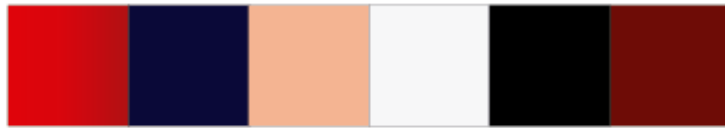


Figura 45 Paleta cromática del personaje Waldo

Personajes secundarios **TUBOS**

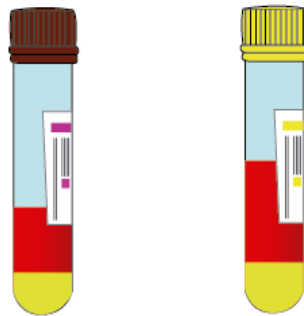


Figura 46 Personajes secundarios

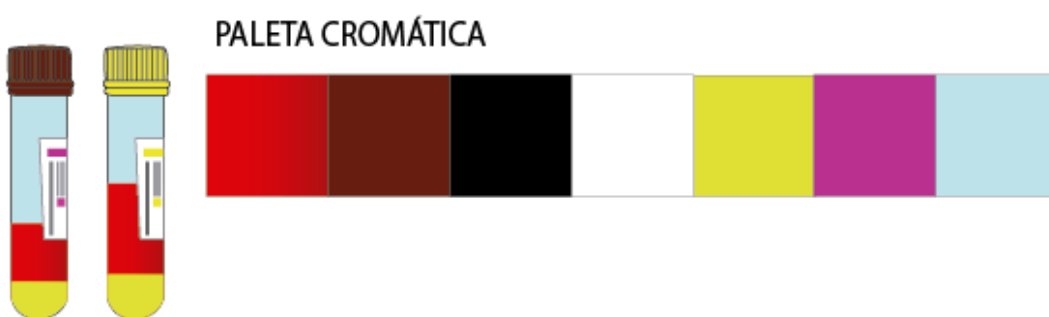


Figura 47 Paleta cromática de los personajes Tubos

4.1.2 Guion técnico literario

Como manera de guía explicativa para comenzar a animar el producto, se desarrolló el siguiente guion técnico literario

Tabla 1
 Guion técnico literario pág.1





STORYBOARD	# PLANO	DESCRIPCIÓN	SONIDO	TIEMPO	NOTAS
	1	Aparece el título y se ubica en el sólido. Los personajes aparecen con un salto por detrás del sólido. Entra la frase <i>Con Lester y Waldo</i> por un lateral.	MX: fondo FX: Entrada de los personajes Entrada del texto	4 seg	Valor de plano: PG Todos los VX son de tipo cartoon.
	2	Entrada de texto. Entrada de Lester.	MX: fondo FX: Entrada de Lester	5 seg	Transición de texto con track matte Valor de plano: PG
	3	Cambio de texto. Entrada de Waldo.	MX: fondo FX: Entrada y voz de Waldo	4 seg	Valor de plano: PG
	4	Cambio de cuadro a Diabetes tipo 1. Entrada de los síntomas en texto y gráfico.	MX: fondo FX: Entrada de los síntomas en texto y gráfico.	12 seg	Valor de plano: PG

Tabla 2
 Guion técnico literario pág.2





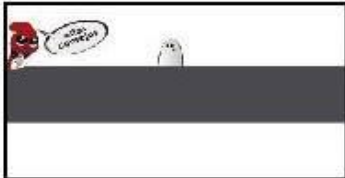


	5	Cambio a Diabetes tipo 2. Entrada de los síntomas en texto y gráfico.	MX: fondo FX: Transición de pantalla. Entrada del título. Entrada de los síntomas en texto y gráfico.	13 seg	Valor de plano: PG
	6	Cambio a Diabetes gestacional. Entrada descripción en texto y gráfico.	MX: fondo FX: Transición de pantalla. Entrada del título. Entrada descripción en texto y gráfico.	5 seg	Valor de plano: PG
	7	Entrada de sólido y texto.	MX: fondo FX: Entrada del sólido.	3 seg	Valor de plano: PG
	8	Cambio de texto. Entrada y salida de los tubos. Entrada de Lester. Nubes de texto de Lester.	MX: fondo FX: Entrada y salida de los tubos. Entrada de Lester. Voz de Lester. Nubes de texto de Lester.	11 seg	Transición de texto con track matte Valor de plano: PG

Tabla 3

Guion técnico literario pág.3

	9	<p>Entrada de Waldo. Nube de texto de Waldo.</p>	<p>MX: fondo FX: Entrada de Waldo. Voz de Waldo. Nube de texto de Waldo.</p>	6 seg	Valor de plano: PG
	10	<p>Entrada iconos y texto.</p>	<p>MX: fondo FX: Entrada iconos y texto.</p>	17 seg	Valor de plano: PG
	11	<p>Lester saca un control y oprime el botón; paso transición a la siguiente pantalla.</p>	<p>MX: fondo FX: Transición.</p>	4 seg	Valor de plano: PG

4.2. Producción y Postproducción

4.2.1. Orden y armado del contenido

Para elaborar el guion, primeramente fue necesaria la recopilación de varios referentes visuales y escritos, con contenido científico y confiable sobre el tema de la diabetes. Algunas de ellas fueron MedicinePlus, Asistel, DMedicina e INEC. Una vez formado el archivo de contenidos, se procedió a subdividir temas tales como, qué es la diabetes, función del páncreas e insulina, qué es la glucosa, qué nivel de mortalidad en tiene la enfermedad en el Ecuador, tipos de diabetes, diagnóstico, medidas de prevención, entre otros. Siendo los subtemas tan extensos, y tomando en cuenta que el nivel de atención de una persona en una sala de espera es muy frágil, se decidió seleccionar tópicos puntuales para el video cuya duración no sería mayor a dos minutos. Por consiguiente el video se sostiene a una estructura con información sintetizada.

Por la parte gráfica fue necesaria la creación de contenido original y digitalizado, de apoyo, para sostener y reforzar ideas, como por ejemplo para presentar los síntomas:

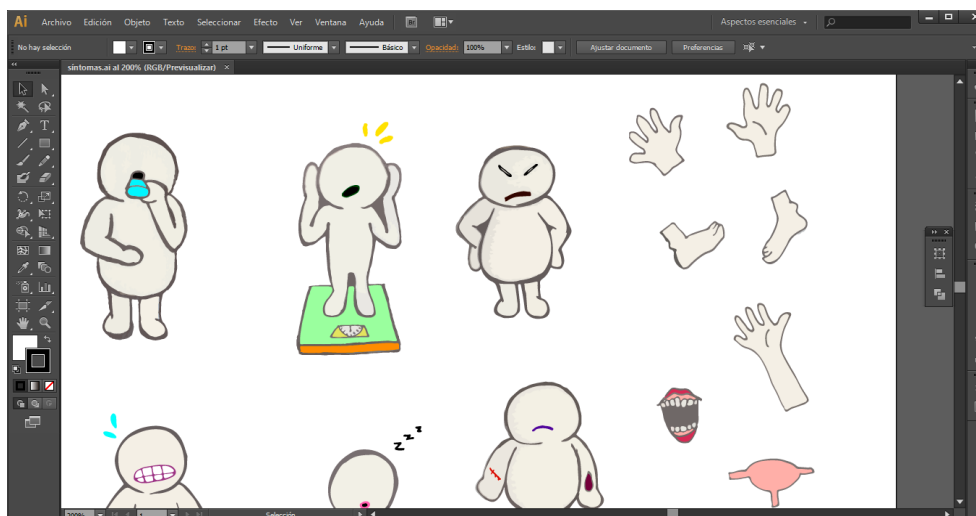


Figura 48 Personajes de los síntomas en el lienzo de Illustrator

Toda la gráfica que se creó para este proyecto primero fue realizada en papel, analógicamente y posteriormente pasada al software Illustrator para el proceso de digitalización.

Al tener ya estructurada la idea en un storyboard y a su vez, un guion técnico literario; solo queda armar la composición y empezar la animación. Los elementos organizados en la preproducción pasan a encajar como piezas de rompecabezas en la composición HDV 1080 de 29,97fps en el programa After Effects.

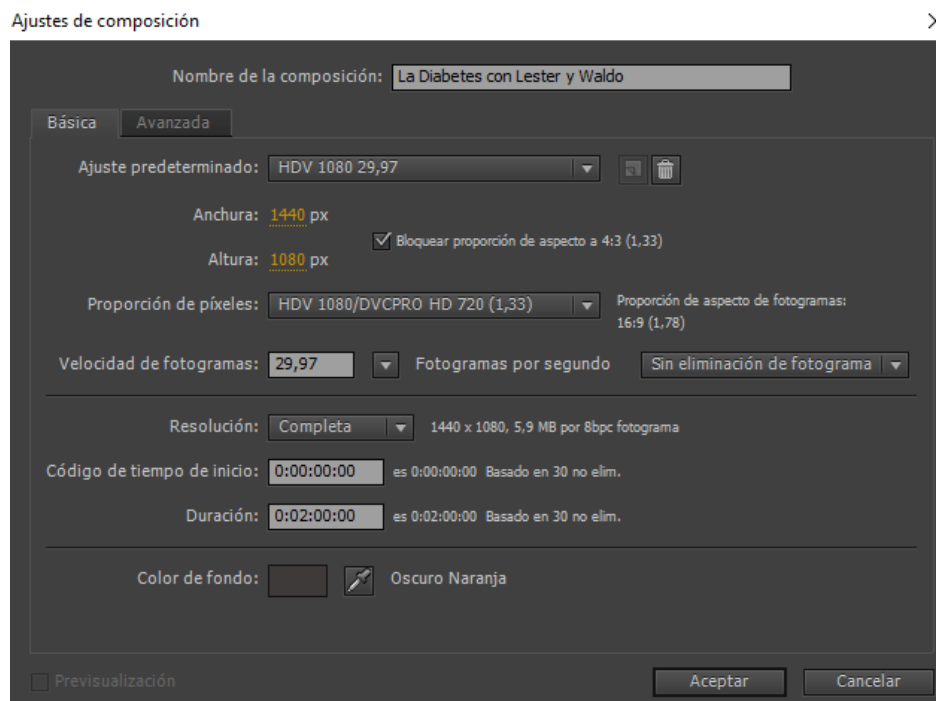


Figura 49 Ventana de ajustes de composición

4.2.2. Animación, técnica y estética.

La estética que se pretende en este video, al estar relacionado con la medicina; es minimalista. La composición de los elementos respecto al lienzo se determinó luego que buscar entre varias opciones, tomando en cuenta los espacios negativos, simetría y recorrido visual.

Los colores procuran ser serios y limpios pero a la vez contrastantes, de manera que puedan reflejar cuidado y limpieza.

La paleta de color seleccionada es la siguiente:

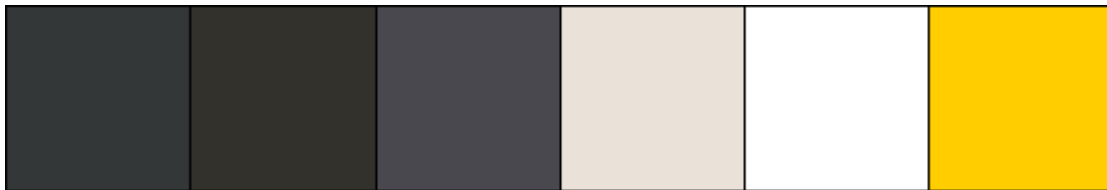


Figura 50 Paleta de color general para el video

Dentro de la estética es fundamental cuidar la composición y el orden de los elementos para que de esta manera, el cuadro no se sobrecargue ni sea asimétrico. Para esto, teniendo clara la línea gráfica que se seguirá, es necesario probar diferentes alternativas como por ejemplo en la tipografía y ayudarse de herramientas tales como las reglas y márgenes de seguridad.

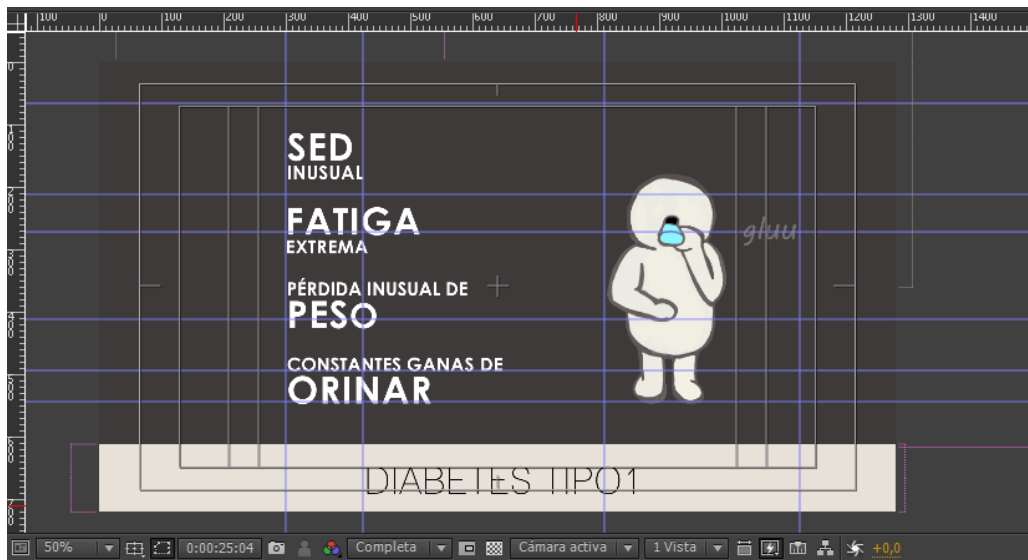


Figura 51 Armado de la composición

Mantener el orden al momento de animar es una pieza clave para el manejo del contenido. De la organización del animador dependerá con qué facilidad se podrán hacer cambios a futuro si fuese necesario. Dentro del software en este proyecto, se manejó el orden por colores, carpetas, nombre de capa y precomposiciones, como se visualiza en las siguientes imágenes:

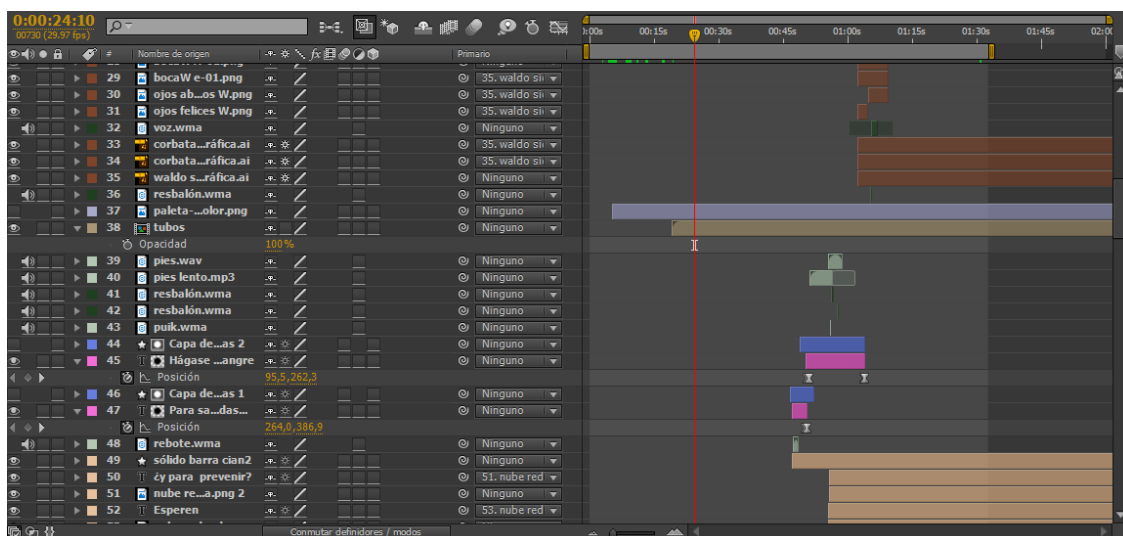


Figura 53 Orden de capas por colores

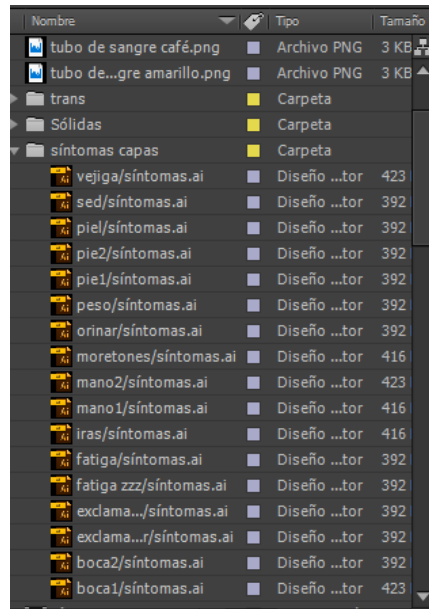


Figura 52 Orden de capas por nombre y carpetas en la ventana de Proyecto

En el proceso de animación se aplicaron en su mayoría los conocimientos impartidos en las materias de videocomposición 1, 2 y 3, métodos de composición de la materia técnicas de storyboard, principios de la animación de las materias animación clásica y también animación digital.

Como parte de la técnica que se usó están expresiones, uso de track matte, control de tiempos, edición de curvas, puppet tool, entre otros.

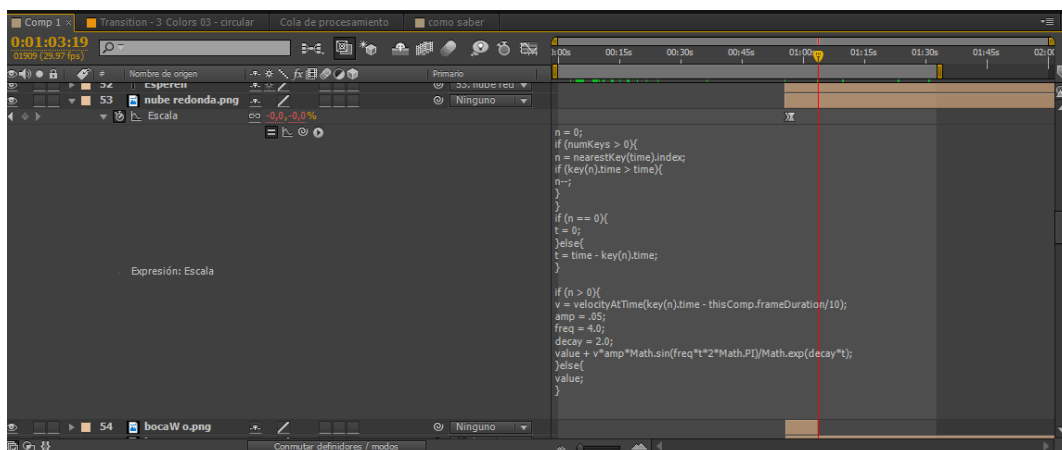


Figura 54 Ejemplo del uso de la expresión Inertial bounce en la expresión Escala

4.2.3. Sonorización

Los sonidos que se usan en el video tienen tanta importancia como la parte gráfica, pues son el hilo conductor que ayuda a mantener la atención del espectador.

Ya que la expresión de los personajes viene con una carga carismática del estilo cartoon, justamente se pensó en apoyarse en efectos de sonido del mismo tipo.

- 164689__Adam-n__phone-voice-cartoon
http://www.freesound.org/people/Adam_N/sounds/164689/
- 169349__Firecamel__cartoon-blink
<http://www.freesound.org/people/firecamel/sounds/169349/>
- 209771__Johnnyfarmer__metal-hit-cartoon
<http://www.freesound.org/people/Johnnyfarmer/sounds/209771/>
- 245646__Unfa__cartoon-pop-distorted
<http://www.freesound.org/people/unfa/sounds/245646/>
- 248274__Behesht1__cartoon-open-and-close-eye
<http://www.freesound.org/people/behesht1/sounds/248274/>
- 348845__Zevcuk__cartoon-blinking
<http://www.freesound.org/people/firecamel/sounds/169349/>
- 50349__Ingsey101__chipmonk-voice
<http://www.freesound.org/people/ingsey101/sounds/50349/>

- 200185__Martian__cartoon-crowd-step-run-stampede
<http://www.freesound.org/people/martian/sounds/200185/>

Los sonidos se obtuvieron del banco de audios Freesound y siguiendo la atribución internacional 4.0 de creative commons. Para que la licencia y permiso de uso sea gratuita, se presenta ha presentado la lista de los sonidos utilizados en esta animación, su numeración, nombre y sus respectivos autores, como se estipula en la página oficial.



Figura 55 Logo de Creative Commons

A continuación se muestra la ubicación de los sonidos en el programa After Effects, con el gráfico de la forma de onda que se tomó en cuenta para la sincronización con la imagen.

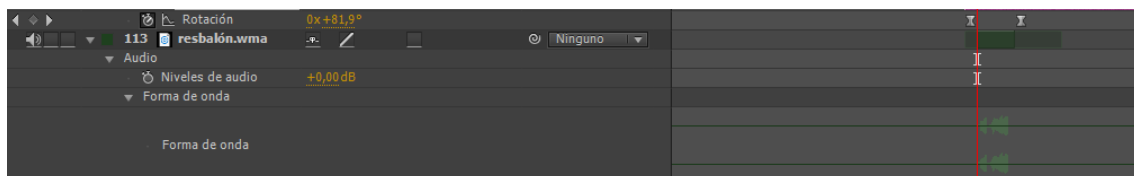


Figura 56 Forma de la onda de un efecto de sonido

La canción de fondo que suena a lo largo de la animación, por su parte, fue creada para este proyecto por el Ingeniero en sonido Cristian Guerrón quien trabajo la pista con diferente tipo de instrumentación, pero teniendo siempre como base el piano, El objetivo fue crear una pista neutra, que no induzca en el espectador un estado de tristeza. Es por eso que se evitó el uso de tonalidades menores. Al mismo tiempo evitando que tome un tinte de comedia.

El software que se usó en el proceso de creación fue Logic Pro X.

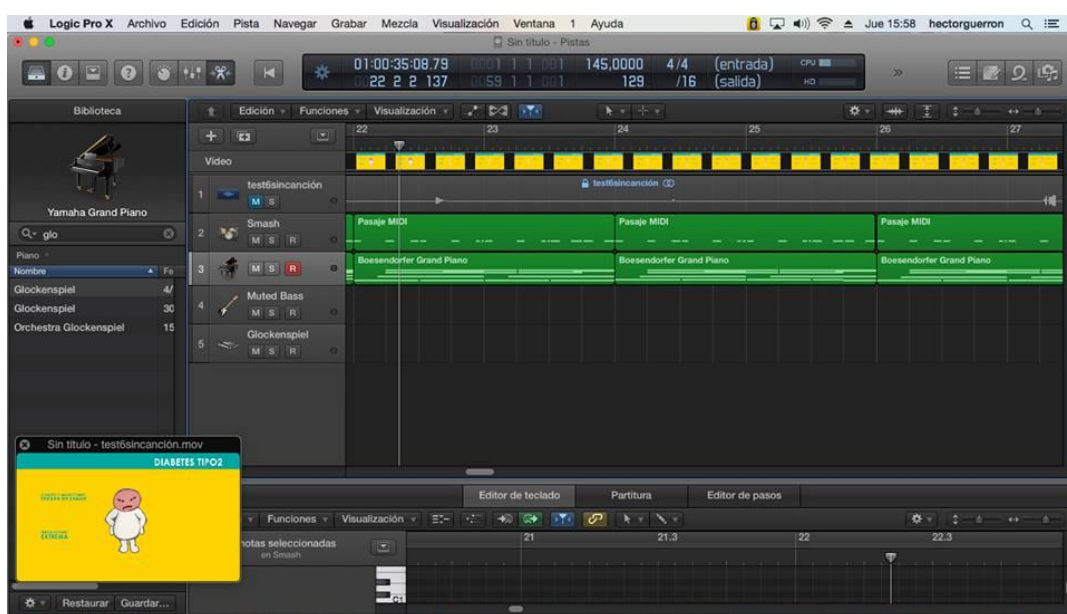


Figura 57 Ubicación de pasajes midi en el compás correspondiente y configuración de la métrica y tiempo del tema.

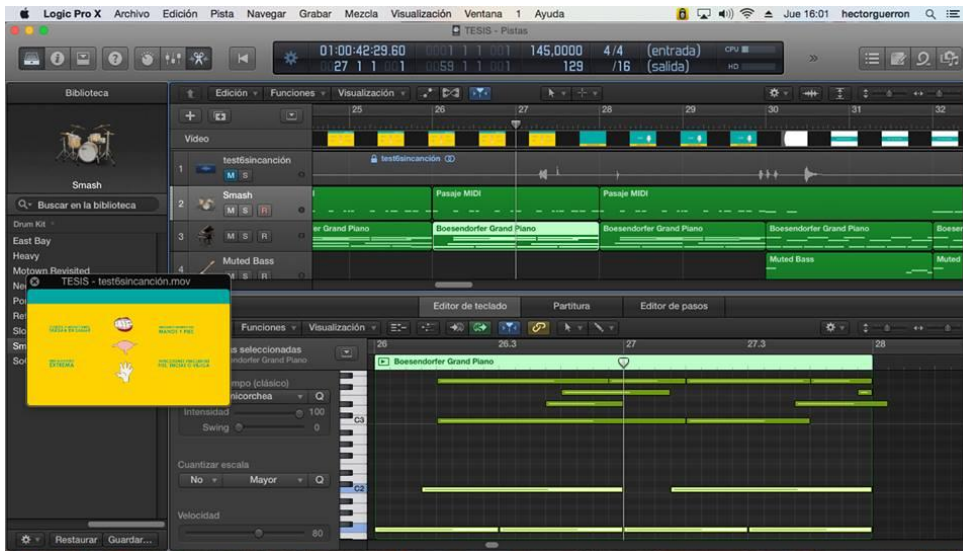


Figura 58 Módulo de escritura, grabación con controlador midi y cuantización de notas

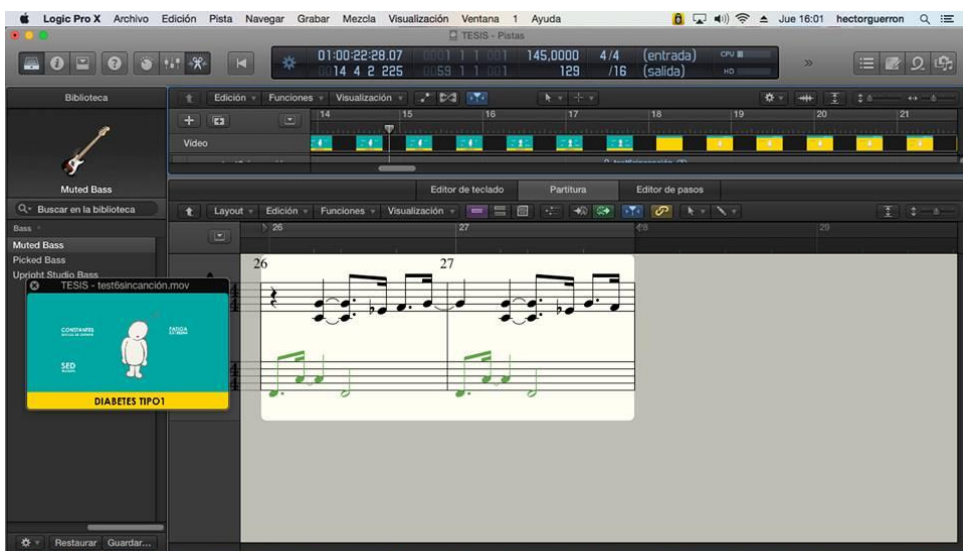


Figura 59 Módulo de partituras para referencia notacional

Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Se concluye que el material generado a través de este proyecto, está alineado a un contenido pertinente de carácter informativo y preventivo. Respeto un margen de calidad y aplica técnicas de animación, composición e ilustración digital adquiridos en la carrera de Multimedia y Producción audiovisual.

Se puede evidenciar a través del estudio estadístico de las encuestas realizadas que se ha llevado un trato participativo con quienes hacen el Hospital IESS de Ibarra, afiliados y personal médico y administrativo. De esta manera se ha podido determinar el tipo de mensaje que la institución deseaba transmitir a sus pacientes.

Se concluye que la creación de este tipo de material audiovisual ha sido posible gracias a la aceptación y buena voluntad de los afiliados que han decidido participar con su opinión sincera en las encuestas. Con esta recopilación de datos se pudo tener conocimiento de cuál era el contenido real que los pacientes en espera que asisten al Hospital IESS de Ibarra deseaban recibir.

Se puede comprobar que sintetizar de información y mantener una estética minimalista ayuda a una mejor percepción del material con recepción desde puntos fuertes y recorrido visual a medida que los elementos entran o salen de escena.

Existe interés colectivo y entusiasta, especialmente por parte de los afiliados, quienes se encuentran interesados por conocer más sobre la elaboración material y resultado final.

5.2. Recomendaciones

Promover las nuevas propuestas dentro de lo que las tecnologías emergentes y la comunicación pueden ofrecer, puesto a que esto se convierte en un motor para dinamizar un ambiente que por naturaleza es estático y pasivo, las salas de espera.

Que las personas involucradas se den cuenta de la verdadera importancia que tienen sus opiniones y aporte para el desarrollo de un proyecto de investigación que necesita el peso que estas fuentes pueden ofrecer.

Se recomienda a la ciudadanía ibarreña, preocuparse e informarse más sobre el contenido visual y auditivo que reciben. Ser más analíticos y exigentes ya que los ciudadanos diariamente están siendo bombardeados de información, infografía y publicidad que no necesariamente es buena.

Referencias

- Alberich, J. Campo, M., Clavell, F., Domingo, D., Gallart, N., Keefer, A., Mateu, M., Roig, A., Sánchez, J., Tubella, I. (2005). *Comunicación audiovisual*
- Amar, V. (2008). *Tecnologías de la información y la comunicación, sociedad y educación*. Madrid: Editorial Tébar
- Asistel. (2016). Cómo prevenir la diabetes. Recuperado de <http://www.asistel.org/espanol/diabetes/?uid=33&ds=347>
- Brarda, M. (2016). *Motion Graphics Design, la dirección creativa en branding de TV*. España: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Bustamante, L., Sánchez, C y Dubón, M. (2015). *El autocuidado en el diagnóstico oportuno de enfermedades*. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/science/article/pii/S1665920115000206>
- DeMedicina.com (2015). *Diabetes*. Recuperado de <http://www.dmedicina.com/enfermedades/digestivas/diabetes.html>
- El Universo, (2015). *La espera, una constante en el hospital del IESS*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/25/nota/4474741/espera-constante-hospital-iess>
- García, R., Suárez, R. y De Acosta, O. (1997). *Comunicación y educación interactiva en salud y su aplicación al control del paciente diabético*. Recuperado de <http://www.scielo.org/pdf/rpsp/v2n1/v2n1a6.pdf>
- INEC. (2013). Anuario de estadísticas vitales nacimientos y defunciones 2013. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf
- Neotikmedia (2014). *Pantallas de publicidad para las salas de espera*. Recuperado de <http://www.neotikmedia.com/aplicaciones/pantallas-de-publicidad-para-salas-de-espera>

Ochoa, D. (2001). *Capital intelectual / La importancia de la comunicación*. Recuperado de <http://search.proquest.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/docview/377338205/9BEC105BF9964064PQ/1?accountid=33194> *digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona: Eureka Media, S.L.

Organización Panamericana de la salud. (2014). *La diabetes, un problema prioritario de la salud pública en el Ecuador y la región de las Américas*. Recuperado de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1400-la-diabetes-un-problema-prioritario-de-salud-publica-en-el-ecuador-y-la-region-de-las-americas&catid=297&Itemid=360

Pettit, C. et al. (SF). *Medios y tecnologías de la información y comunicación: socialización y nuevas apropiaciones*. Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/visor/35443>

Salvador, F. (2014). Alerta Diabetes. Recuperado de <https://vimeo.com/110877638>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Slipt Studio. (2011). *Diabetes*. Recuperado de <https://vimeo.com/30820186>

Trango, A. (2016) Diabetes gestacional. Recuperado de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000896.htm>

YumYum Videos – Animated Explainer Videos. (2015). *What is the best explainer video style for your business?* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dp3NK7TMMzw>

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES
ESCUELA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Formulario de encuesta dirigido a servidores públicos del Hospital IESS de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo determinar el mensaje que las autoridades desean transmitir a los afiliados a través de las pantallas informativas colocadas en las salas de espera de las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra.

Edad: 48 años
Género: F
Cargo: Oficinista
Años de trabajo en la institución: 4

1) ¿Cuál es la finalidad de ubicar canales de transmisión audiovisual en las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra?

Informar sobre los servicios y Educar a los afiliados

2) ¿Cuáles son los aspectos a tomar en cuenta al momento de seleccionar el contenido de las pantallas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Que sean temas de interés general
Temas que formen y eduquen a los asistentes

3) Del 1 al 5 ¿cómo calificaría Ud. la calidad del contenido que actualmente se transmite en las pantallas del Hospital IESS de Ibarra? Considerando que 5 equivale a excelente y 1 a pésimo.

Excelente ()
Muy Bueno ()
Regular (✓)
Malo ()
Pésimo ()

4) ¿Cree Ud. que el afiliado recibe el mensaje que ustedes como institución desean transmitir a través de las pantallas informativas?

Si ()
No (✓)

¿Por qué?
Falta selección de temas

5) ¿Le gustaría a Ud. recibir información de aspectos importantes de la salud a través de cortos animados visualmente atractivos en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Si (X)

No ()

¿por qué?

PORQUE LA MAYOR PARTE DE LAS PERSONAS IGNORAMOS DE MUCHAS ENFERME-
DADES QUE EXISTEN, Y ÉSTA SERÍA UNA FORMA DE ENSEÑARNOS.

6) ¿Qué tipo de información le gustaría observar en las pantallas informativas mientras espera ser atendido en el Hospital IESS de Ibarra?

- Tips de salud preventiva ()
- Entretenimiento y ocio ()
- Cómo actuar ante enfermedades comunes (X)
- Fundamentos básicos de la salud ()
- Otros () ¿cuáles? _____

7) ¿Considera Ud. que el contenido que se transmite en las pantallas informativas en las salas de espera debe renovarse cada cierto tiempo?

Si (X)

No ()

Si su respuesta fue SI responda la siguiente pregunta:

¿Con qué frecuencia considera Ud. pertinente el cambio de información transmitida a través de las pantallas informativas?

Cada 3 meses ()

Cada 6 meses (X)

Cada 9 meses ()

Una vez al año ()

Otro () ¿cuál? _____

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES
ESCUELA DE MULTIMEDIA Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Formulario de encuesta dirigido a los afiliados que acuden al Hospital IESS de Ibarra

La presente encuesta tiene por objetivo determinar la clase de contenido que los pacientes desean visualizar a través de las pantallas informativas colocadas en las salas de espera de las distintas áreas del Hospital IESS de Ibarra.

Edad: 57

Género: FEMENINO

Tiempo de afiliación: 35 AÑOS

1) ¿Con qué frecuencia acude al Hospital IESS de Ibarra?

1-3 meses ()

3-6 meses ()

1 vez al año (X)

2) Durante el tiempo de espera Ud. prefiere:

- Conversar con otros pacientes (X)
- Leer información sobre salud en medios impresos ()
- Informarse acerca de educación de la salud en medios audiovisuales ()
- Otros () ¿cuáles? _____

3) Considera Ud. importante la implementación de pantallas informativas en las salas de espera de las diferentes áreas médicas en el Hospital IESS de Ibarra?

Si (X)

No ()

¿Por qué?

_____ A TRAVÉS DE ESTE MEDIO NOS ORIENTAN A LOS USUARIOS _____

4) ¿Cuál es su opinión respecto a la calidad del contenido que actualmente se transmite por las pantallas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

Muy buena ()

Buena (X)

Mala ()

Pésima ()

5) Califique ¿Qué tan importante es para ustedes como institución el manejo de su imagen corporativa a través del uso de medios audiovisuales? siendo 1 el equivalente a nada importante y 5 a extremadamente importante.

- Nada importante ()
Poco importante ()
Importante ()
Muy importante ()
Extremadamente importante (✓)

6) ¿Estaría Ud. abierto a cambiar el contenido que actualmente se transmite a través de las pantallas informativas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

- Si (✓)
No ()

¿por qué?

Se necesita socializar temas de interés

7) ¿Estaría Ud. dispuesto a promover la educación de la salud de los afiliados a través de las pantallas informativas ubicadas en las salas de espera del Hospital IESS de Ibarra?

- Si (✓)
No ()

¿por qué?

son medios masivos

8) ¿Qué mensaje desean transmitir como autoridades a través del material audiovisual a los pacientes en espera?

- Salud preventiva (✓)
- Informativos institucionales ()
- Entretenimiento y ocio ()
- Información relevante acerca de enfermedades comunes actuales ()

9) ¿Con qué frecuencia cree Ud. que el material informativo transmitido a través de las pantallas debe cambiarse?

- Cada 3 meses ()
Cada 6 meses (✓)
Cada 9 meses ()
Una vez al año ()
Otro () ¿cuál? _____