

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



MICROPROGRAMA DOCUMENTAL QUE PROMOVERÁ LA SOLIDARIDAD HACIA LOS ANIMALES EN EL PERÚ

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Alejandro Andre Lurquin Pomar

Código 20142946

Asesor

Ángel Ricardo Vizcarra

Lima – Perú

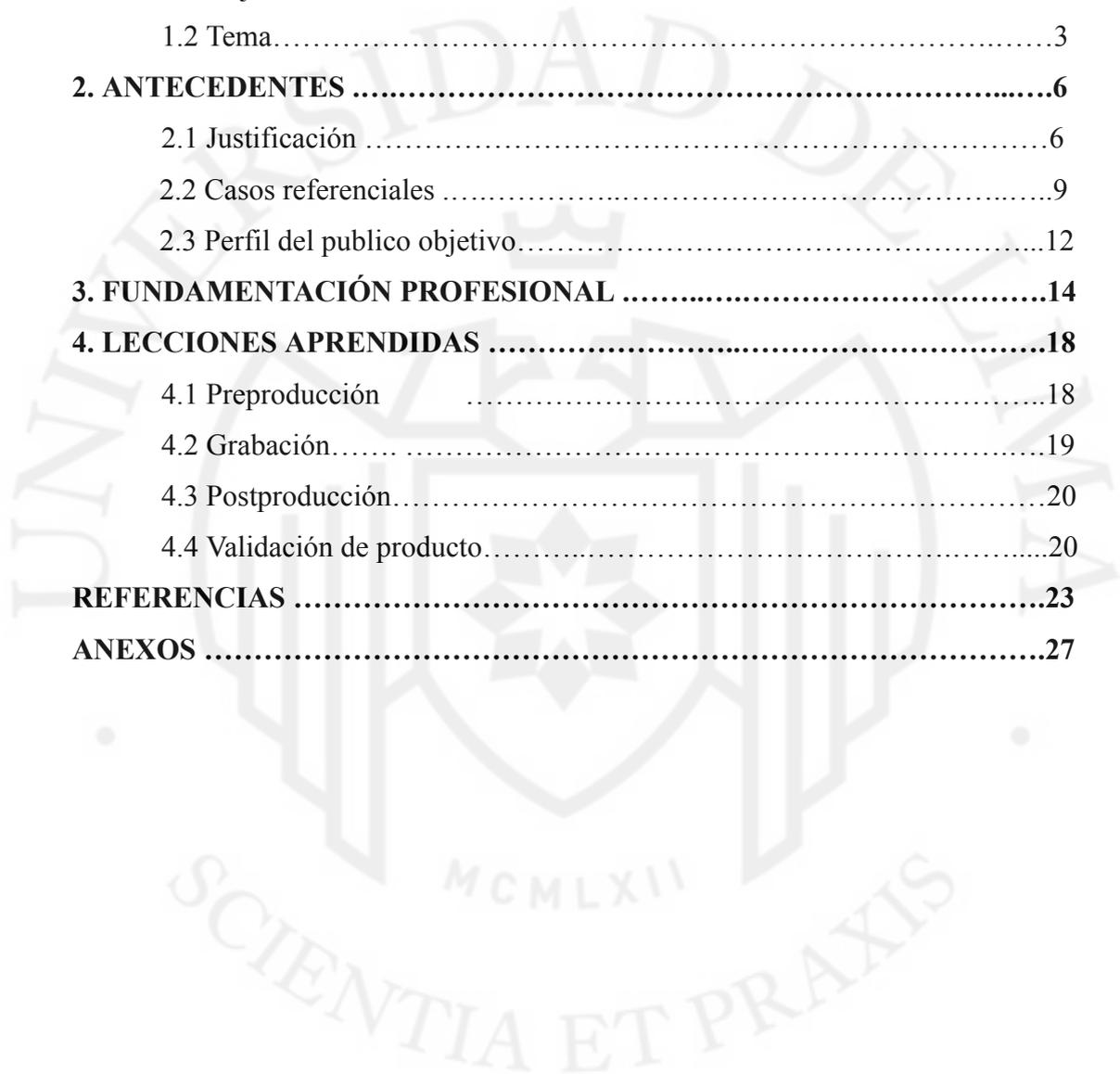
Julio del 2023



**MICROPROGRAMA DOCUMENTAL QUE
PROMOVERÁ LA SOLIDARIDAD HACIA
LOS ANIMALES EN EL PERÚ**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
1. PRESENTACIÓN	1
1.1 Objetivos.....	2
1.2 Tema.....	3
2. ANTECEDENTES	6
2.1 Justificación	6
2.2 Casos referenciales	9
2.3 Perfil del publico objetivo.....	12
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL	14
4. LECCIONES APRENDIDAS	18
4.1 Preproducción	18
4.2 Grabación.....	19
4.3 Postproducción.....	20
4.4 Validación de producto.....	20
REFERENCIAS	23
ANEXOS	27



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Estructura del programa	17
Anexo 2: Capítulos piloto	17
Anexo 3: Guia de indagaciones Focus group.....	17
Anexo 4: Transcripción de sesión de focus group	17
Anexo 5: Guión Narrativo “Benito”	17
Anexo 1: Presupuesto económico	17



RESUMEN

El presente proyecto consiste en la realización de un micro programa documental que busca promover la solidaridad hacia los animales en el Perú. Los contenidos que ofrecerá serán historias relacionadas a las dificultades que enfrentan los mismos; por ello se ha realizado una compilación de casos reales evidenciados en albergues y refugios. Así mismo se redactan historias de albergues, animales callejeros, animales silvestres víctimas del tráfico ilegal, entre otros. Finalmente, el micro programa contará con una fanpage de “Instagram” y de “Facebook” para su difusión.

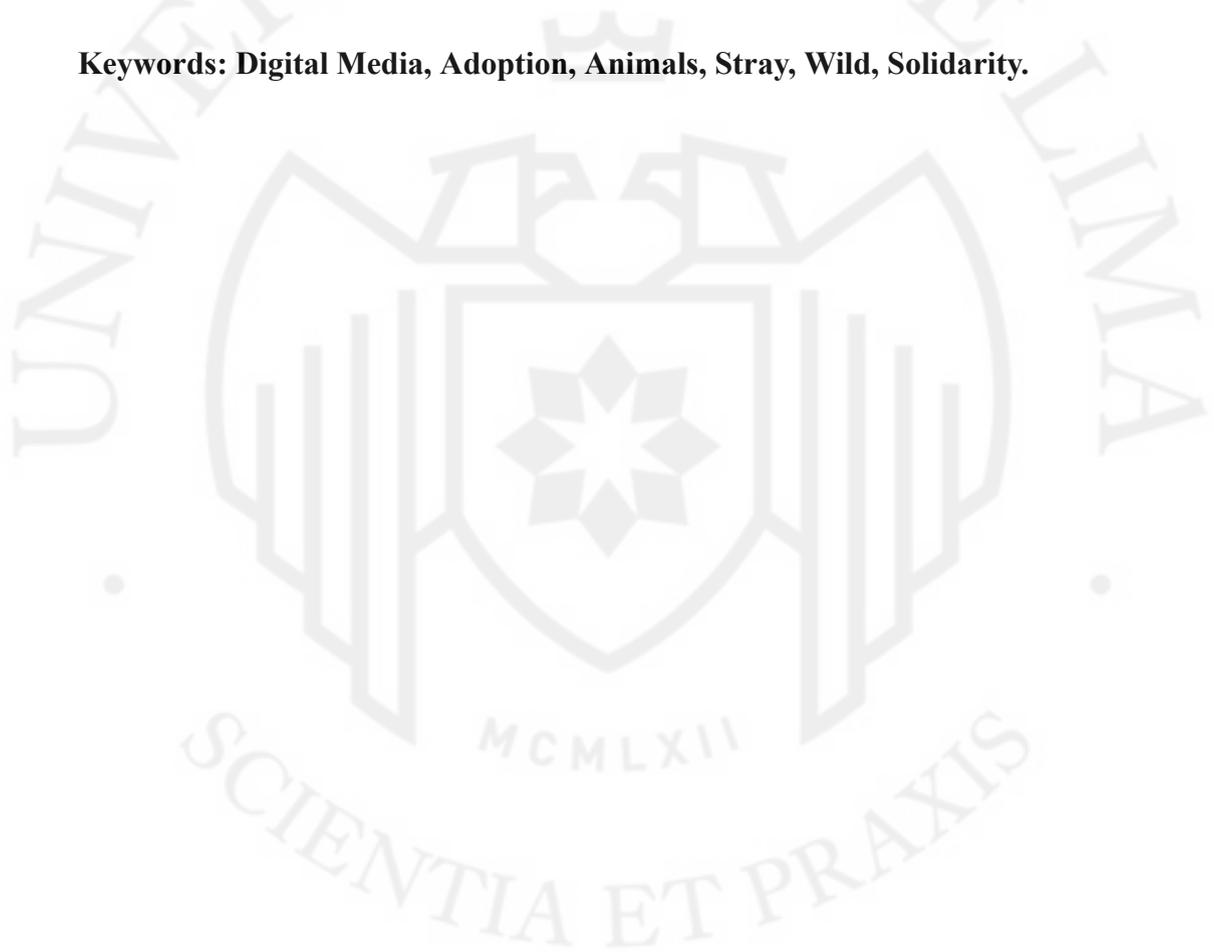
Palabras clave: Medio Digital, Adopción, Animales, Callejeros, Silvestres, Solidaridad.



ABSTRACT

This project consists of the realization of a documentary microprogram that seeks to promote solidarity towards animals in Peru. The content they will offer will be stories related to the difficulties they face; For this reason, a compilation of real cases evidenced in shelters and refuges has been carried out. Likewise, stories of shelters, stray animals, wild animals victims of illegal trafficking, among others, are written. Finally, the microprogram will have an “Instagram” and “Facebook” fan page for dissemination.

Keywords: Digital Media, Adoption, Animals, Stray, Wild, Solidarity.



1. PRESENTACIÓN

La vida de los animales es muy valiosa y debemos cuidarla, como seres humanos hemos sido partícipes del cuidado que incluso nuestros padres y familiares les brindan, muchos animales hoy en día son adoptados formando parte de un núcleo familiar íntimo en el hogar. He tenido el honor de contar con experiencias que a lo largo de mi vida han desarrollado en mí una sensibilidad particular hacia los animales y siendo ello una motivación fundamental para la realización del presente proyecto que tiene como propósito visibilizar el sufrimiento de muchos animales y motivar acciones solidarias hacia ellos.

Este proyecto propone el desarrollo de un microprograma documental que contará historias sobre animales para lograr un objetivo social el cual será promover la adopción de animales callejeros, el apoyo a albergues con necesidades económicas, suscitar la no compra de animales silvestres en el país y elevar un llamado al voluntariado en centros de rescate silvestres. La importancia de la propuesta radica en ayudar a los animales callejeros y silvestres que afrontan problemas de cuidado a través de su visibilización y sensibilización hacia las personas que aman a los animales con el fin de motivarlas a realizar acciones que permitan mejorar la calidad de vida de estos últimos.

Con la finalidad de lograr su propósito el microprograma buscará sensibilizar al público a través del storytelling, el uso de la música en los videos y buscar tomas de apoyo que generen un impacto emocional en los espectadores. El tiempo de duración de este programa será entre 3-5 minutos para que la audiencia consuma este programa como algo digerible más no aburrido.

El proceso creativo de este microprograma fue inspirado en programas como “ Pancho S.O.S” y “100% mascotas” porque en este tipo programas se comparten casos de animales que han sido rescatados y ahora viven en albergues; casos de personas que ayudan a los animales ya sea fundando un albergue, rescatando animales u adoptando

animales en un albergue. El Programa Pancho SOS es un molde perfecto para este programa porque no solo busca sensibilizar al público con respecto a los animales callejeros sino también ilustran otros temas cómo las carencias que tienen los animales silvestres que han sido víctimas del tráfico ilegal y el medio ambiente; sin embargo, el programa de Pancho tiene un formato hecho para televisión por la que su duración es extensa a diferencia del microprograma propuesto dado que la propuesta contempla una duración más corta a fin de captar la atención de una sociedad cada vez mas acelerada.

El microprograma necesita de los siguientes recursos para ser producido:

A nivel creativo este proyecto demanda construir el storytelling a partir de casos de albergues para animales callejeros, centros de rescate de animales silvestres, historias individuales de animales callejeros o silvestres, testimonios de personas que favorecen a los animales y testimonios personales.

1.1 Objetivos:

Objetivo General:

- Informar y educar sobre la situación actual de los animales callejeros y silvestres en el Perú, destacando los desafíos a los que se enfrentan diariamente, como la falta de alimentos, refugio y atención veterinaria, así como los peligros que enfrentan en su entorno con el propósito de inspirar acciones solidarias por parte de los espectadores.

Objetivo Secundarios:

- Educar sobre la importancia de la tenencia responsable de mascotas y promover la adopción en lugar de la compra de animales de compañía.
- Destacar el papel de las organizaciones y voluntarios dedicados a la protección animal en el Perú, promoviendo su trabajo y generando apoyo para sus iniciativas.
- Inspirar a la audiencia a convertirse en defensores y activistas de los derechos de los animales, alentandolos a involucrarse en actividades de voluntariado, campañas de sensibilización o difusión en redes sociales.

1.2 Tema:

2.1.1 Primicias del Proyecto

Este proyecto contará con una temporada de seis capítulos.

2.1.2 Temas del Proyecto

Este proyecto abarca los siguientes temas en relación a los desafíos que enfrentan los animales: La tenencia responsable de mascotas, La adopción de animales sin hogar, el maltrato animal, la esterilización de animales callejeros, el abandono de mascotas, el activismo en favor de los animales, consecuencias del tráfico ilegal de animales silvestres, la no compra de animales silvestres.

2.1.3 Historias por Temporada

La historia de la temporada 1 de la serie documental se enfoca en seguir la vida de diferentes animales callejeros y silvestres en el Perú, desde su difícil situación inicial hasta su transformación y las acciones solidarias que contribuyen a mejorar su calidad de vida. A lo largo de la temporada, se van a mostrar diversas historias que destacan los desafíos y las dificultades que enfrentan estos animales, así como los esfuerzos de individuos y organizaciones para ayudarlos. Será necesario producir una introducción en cada capítulo que anuncie que se trata de una serie que tiene como objetivo central motivar acciones solidarias en los espectadores hacia los animales. Cada capítulo tendrá una duración entre 5 a 7 minutos, A continuación se describirán las historias por Capítulo:

- Material #1: Benito :

La historia consiste en la historia del gato “Benito”, Para empezar, se presentará a Benito como un gato adulto mayor que fue rescatado en la calle y ahora vive dentro de la casa de Alejo. Después, se enfoca al distrito de San Miguel para contar cuál era la situación de Benito antes de ser rescatado y como fue el proceso de este rescate. Finalmente, se motivará a las personas a considerar la posibilidad de adoptar un animal callejero y animar al público a compartir el video.

Ubicación (<https://vimeo.com/manage/videos/645672973>)

- Material #2: Puma:

El presente capítulo inicia con una reflexión de las diferentes situaciones que los animales callejeros presentan; se le da más relevancia a los perros que a los gatos. A continuación, se irá al refugio Arquipets, un albergue que cuida gatos callejeros y busca darlos en adopción con el fin de dar a conocer su labor y su historia. Finalmente, se incentivará al público a realizar alguna donación, considerar la adopción de gatos en este establecimiento y a compartir este video.

Ubicación (:<https://vimeo.com/manage/videos/565438836>)

- Material #3: Laila

En este capítulo se contará la historia de Laila una perrita que fue encontrada atropellada en la panamericana Sur con las patas rotas y fue rescatada por el albergue milagros perrunos, recibió tratamientos médicos y fue curada; no obstante, debe vivir con una silla de ruedas hecha para canes debido a la magnitud del accidente. Aquí se busca informar sobre la situación de cómo son encontrados los animales que viven en albergues con el fin de motivar su adopción.

- Material #4: Felix

En este capítulo se contará la historia de Felix, un zorro rescatado en Trujillo tras haber sido quemado en un proceso de agricultura. Este recibió tratamientos médicos por un veterinario con experiencia en cuidado de zorros, se le dió un periodo de observación para ver si era apto para sobrevivir de manera silvestre, tras haber pasado la prueba fue liberado. Aquí se busca reflexionar sobre las algunas dificultades que enfrentan los zorros y la importancia de liberarlos tras ser curados mas no domesticarlos.

- Material #5: Kowalski

En este capítulo se contará la historia de Kowalski para denunciar de que en ciertas zonas de trujillo y lima se adoptan a los pingüinos como mascotas debido a influencia de ciertos contenidos audiovisuales que se emiten y para usos prácticos como eliminación de plagas en instalaciones como granjas. Aquí se busca desmotivar la tenencia de estos animales explicando los riesgos para estos y las personas.

- Material #6: Luna

En este capítulo se contará la historia de Luna, un mono que perdió a su familia debido a las consecuencias del tráfico ilegal de animales silvestres. Se darán detalles de su difícil situación, su acogida en el refugio “Cerelias” y el desarrollo del plan para su liberación como proceso que tiene este refugio con los animales rescatados. El objetivo de este capítulo es desmotivar la adopción de animales silvestres.

2. ANTECEDENTES

2.1 Justificación:

Esta iniciativa responde a que muchos animales en el Perú están pasando por diversos conflictos; en Lima, existen más de cuatro millones de perros callejeros, según la asociación Voz Animal, lo que resulta en un ratio de un perro por cada 2,5 residentes.(Laurie, 2020); es decir, cada familia limeña debería adoptar por lo menos un can callejero.

Por otro lado; según la revista de investigaciones veterinarias “unas de las principales limitantes indicadas por las autoridades municipales era la falta de presupuesto destinado al control de canes vagabundos y la falta de infraestructura adecuada”. (Caceda, et al., 2021) La municipalidad tiene dificultades en conciliar soluciones para esta situación porque no hay un presupuesto apropiado que permitiera desarrollar estrategias que le den fin a este problema ni se cuenta con una infraestructura que permitiese gestionar el control de estos canes.

Asimismo los albergues también son afectados por el incremento desmedido de animales callejeros, cuya problemática está al límite de su capacidad para hospedar a estos animales y siguen apareciendo más casos trayendo consigo consecuencias ambientales y sanitarias, como lo indica Fabiola Camillé & Jeanluis (2018):

“Este hecho es alarmante, ya que no sólo da cuenta de una falta de conciencia y sensibilización de parte de la ciudadanía en relación a la vida de los animales, sino que la sobrepoblación de animales callejeros también afecta a los ciudadanos ya que representan riesgos para la salud, tales como: el contagio de enfermedades zoonóticas, mordeduras e incluso accidentes de tránsito; así como también, producen problemas ambientales y sanitarios por generar suciedad y desorden al hurgar en las basuras y excretar en las calles”.(p.3)

Durante la pandemia del COVID-19, el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR), entidad adscrita del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), registró el decomiso de un total de 824 especímenes de fauna silvestre, entre vivos y

muertos (piezas o partes) procedentes de 141 intervenciones o hallazgos. Por su parte, Lima se ubica en segundo lugar con 95 especímenes muertos o partes y 82 ejemplares traficados vivos, donde destacan 40 aves, 29 reptiles y 13 mamíferos. (“Más de 820 especímenes de fauna silvestre fueron decomisados por SERFOR hasta julio del 2020, 2020)

Los centros de rescate juegan un rol fundamental en la lucha contra el tráfico ilegal de animales silvestres; ya que se encargan de cuidar animales que han sido víctimas de esta problemática para preservar su especie y devolverlos a su hábitat natural.

El centro de rescate “Isla de los Monos” ubicado en el río Amazonas, a 30 kilómetros de Iquitos aloja a más de 300 primates, entre pichicos, tocones, huapos negros y leoncillos, y en estos momentos hace malabares para poder subsistir. (Mongabay Latam, 2020). Lucero Lopez Lavalle, directora de este centro de rescate cuenta que les faltan verduras, castañas, huevos e incluso leche para los animales más pequeños.

La asociación “Cerelias” ubicada en Tarapoto cuya labor es rehabilitar animales silvestres víctimas del tráfico ilegal todavía no se ha recuperado de las pérdidas económicas ocasionadas por la pandemia. Orlando Zagazzeta, director de este centro de rescate, comunica que necesita donaciones con urgencia para poder solventar la comida de sus animales.

Para el desarrollo de este proyecto se escogió el género Documental por las siguientes razones: En primer lugar dado que consiste en el relato de hechos reales más no ficticios y este programa está buscando relatar situaciones reales y difíciles que atraviesan los animales en el Perú. Ya que, al ser casos reales tienen mayor posibilidad de conectar y generar conciencia en los espectadores debido a que son cercanas a su entorno. A su vez esto posibilita que puedan tomar acciones en favor de los animales.

A continuación, se optó por el género documental ya que de esta manera no solo se podrá transmitir información sino que permite que el director del programa pueda plasmar sus emociones, su sentir, su punto de vista sobre un tema determinado y

expresarlo en un producto audiovisual. Esto es necesario para el programa ya que se busca que el conductor del programa sensibilice a su audiencia con respecto a las dificultades de los animales para inspirarlos a realizar acciones solidarias.

Se seleccionó el formato seriado para la realización de este documental porque facilita la retención de la atención de los espectadores hacia este contenido audiovisual debido a que cada capítulo relata una historia diferente sobre las dificultades que atraviesan los animales. Esto genera que los espectadores estén predispuestos a mirar el nuevo capítulo.

Se escogió el formato seriado para la realización de este documental porque informa y concientiza de manera independiente y personalizada a los espectadores sobre cada una de las diversas dificultades que atraviesan los animales en el país. Ya que, si fuera un formato más extenso no se podría lograr el impacto deseado que se busca con cada dificultad que pasan los animales.

El formato seriado para la realización de este documental porque se busca que el público se familiarice con el personaje “Alejo” ya que este compartirá estilos de vida y valoraciones, ideales que impulsen acciones solidarias que serán de ejemplo para la comunidad con respecto a los animales.

Por otro lado, este micro programa digital en favor de los animales se difundirá por medio de las redes sociales de Instagram y Facebook debido a las siguientes razones: La red social Instagram se destaca por brindar bastante relevancia a las fotos, y contenidos audiovisuales de corta duración. El 47.1% de usuarios peruanos que utilizan Instagram para consumir contenido de entretenimiento siendo este el mayor uso que se le da. (IEDGE, 2020). Esto es importante porque el Microprograma “Alejo” es un contenido de entretenimiento con fines sociales por tanto esta red social permite la posibilidad de alcanzar a un público dispuesto a consumir el programa.

A nivel nacional, de acuerdo al estudio de Statista, publicado por IEDGE Business School, Instagram se ubica en el cuarto lugar de las redes sociales preferidas por los peruanos, siguiendo a Facebook, WhatsApp y Messenger (Perales, 2022). Un grupo objetivo al cual se tiene como meta porque estos tienen una mayor sensibilidad y preocupación hacia los animales. Cabe destacar que, el 24, 8% de jóvenes entre 18 a 24

años suelen tener mascotas (INEI, 2017), por consiguiente, Instagram y Youtube son las mejores redes sociales para publicitar una marca, sin embargo, para este proyecto Instagram es más conveniente porque fomenta contenidos de corta duración.

En el caso de Facebook el 94% de usuarios en el Perú pertenece a esta red social. Las redes sociales imprescindibles en esta cuarentena fueron Facebook con un 73%, WhatsApp con un 69% y Youtube con un 41%. (IPSOS, 2020). Por lo tanto, en el Perú Facebook es una red social imprescindible para este proyecto porque la mayor cantidad de usuarios peruanos que utilizan redes sociales se encuentran allí.

2.2 Casos Referenciales

- **“Pancho S.O.S”**

Es un programa de noticias de ATV que comparte contenidos que buscan sensibilizar e informar sobre el amor y cuidado responsable de los animales y el medio ambiente en el Perú. Es dirigido por el veterinario y activista en favor de los animales Pancho Cavero. Su horario es los Sábados y Domingos 9:45 y 13:45 Hrs. Este programa prioriza los siguientes contenidos: Dar a conocer la situación de albergues en Lima, casos de personas que han ayudado a un animal que se encontraba en un momento crítico, información útil para las personas que tienen mascotas, entre otros. Este programa dura entre 28 y 30 minutos.

La narrativa del programa consta de entrevistar a la dueña de un albergue, recorrer un albergue para mostrarlo al público y mientras se está desarrollando se utilizan muchas tomas de apoyo que muestran a los personajes sea dueña de albergue o activista interactuando con los animales o a los animales interactuando solos. Mientras la dueña del albergue muestra el lugar se le va haciendo una entrevista que cuenta con bastantes tomas de apoyo. De este programa de TV, este proyecto rescatará la narrativa que tiene sobre informar acerca de las dificultades de los animales, la dinámica audiovisual al relatar el caso y la conducción de Pancho Cavero.

- **“100% Mascotas”**

Es un microprograma digital dirigido al cuidado, alimentación, salud y entretenimiento de mascotas, los episodios son transmitidos en YouTube principalmente y cuentan con redes sociales como Facebook e Instagram. La duración de sus videos es de 3 a 5 minutos. Los contenidos tratan los siguientes temas: Entrevistas sobre la alimentación de mascotas, corte de uñas para mascotas, cuidados hacia los conejos, crianza con mamadera, caso de albergue el hogar de Tiwi, entre otros. El rol del conductor del programa es de entrevistador y reportero.

La dinámica audiovisual del programa es la siguiente, el conductor le hace unas dos o tres preguntas a un experto sobre temas relacionados a los animales, y mientras el experto responde se van pasando tomas de apoyo relacionadas al tema que el experto esté tratando. Hay uso de pistas musicales en cada video que van de acuerdo a la temática. De este programa se rescatará la narrativa que se utiliza al dar a conocer albergues en lima, la corta duración de sus capítulos, el pase de tomas y el uso de las pista musicales.

- **El Dodo**

Es un medio de comunicación y noticias que ofrece videos e historias visualmente atractivos y muy emotivos con el fin de que puedan ser compartidos por la mayor cantidad de personas posibles para ayudar a que el cuidado de los animales sea una causa viral. Ellos quieren que sus lectores se enamoren de los animales, se entretengan con ellos y tengan disposición a ayudarlos.

La dinámica audiovisual de este medio de comunicación se basa en contar historias que sensibilicen a sus espectadores con respecto a los animales, para lograr esto utilizan tomas de apoyo que fueron grabados con un smartphone referidas a lo que se está contando. Por ejemplo, si es que se cuenta la historia de un gato que fue encontrado en la calle en pésimas condiciones y luego fue adoptado, esta va acompañada de tomas de apoyo referidas al estado del gato en la calle y a su transformación y va acompañada de una pista musical triste o alegre según el tema del

video. Los videos duran entre dos a tres minutos. De este medio de comunicación se rescatará la creatividad en la narrativa para sensibilizar al público y su corta duración.

- **Viaja y Prueba:**

Es un canal de Youtube del chef, presentador de TV, Youtuber, padre y ex modelo peruano Luciano Mazzetti donde este personaje viaja a distintos lugares del Perú con el fin de dar a conocer huariques y restaurantes dónde se puede disfrutar de la comida peruana. El tratamiento audiovisual de este programa está dado en cámara en mano con el fin de dar la sensación de estar acompañando al conductor del programa en su travesía por los restaurantes. Por otro lado Mazzetti genera una relación de confianza con sus espectadores, si este video fuese para su mejor amigo por la forma en que habla frente a la cámara cuando está informando sobre un restaurante o porque incluye al camarógrafo dentro de la historia como si fuese su amigo.

Por otro lado, las pistas musicales tienen un estilo peruano o música dinámica, no hay efectos de sonido. Se graba con un micrófono que va arriba de la cámara por lo que se escuchan los sonidos del ambiente, eso crea una atmósfera de estar junto al conductor viviendo su experiencia. Las tomas de video están marcadas por cortes rápidos, esto genera más dinamismo y la duración de este programa es entre 10 a 15 minutos. De “ Viaja y Prueba ” se rescatará esa confianza, y familiaridad que Luciano transmite en la conducción y la forma de grabar en cámara en mano para dar esa sensación de cercanía hacia la historia que se contará.

- **Nas Daily:**

Es un programa creado por Nuseir Yassin donde registra microdocumentales sobre curiosidades que descubre al realizar sus viajes por el mundo. La dinámica del video consta de Nuseir narrando una historia sobre algo que llamó la atención de sus viajes, eso va acompañado de tomas de apoyo relacionadas con la narración y de algunas dinámicas lúdicas en el video. Para la grabación se usa cámara en mano principalmente con el micrófono que va arriba de la cámara esto capta el sonido del ambiente y crea una atmósfera cercana al conductor del programa, se utilizan un Drone para realizar algunas tomas según la narración lo amerite. Se utilizan pistas musicales

que varían también según la narración. El microprograma de “Alejo” rescatará de esta propuesta la forma en que el conductor del programa desarrolla una narrativa y esta va acompañada de tomas de apoyo.

2.3 Perfil del Público Objetivo

El Público Objetivo de este microprograma digital son los siguientes:

1. Hogares sin hijos o con hijos menores a 5 años con disposición a adoptar mascotas, nivel socioeconómico A, B, C que tienen entre 25 y 39 años.
2. Hogares sin hijos con disposición a adoptar mascotas, nivel socioeconómico A, B, C que tienen entre 18 y 25 años
3. Jóvenes entre los 18 a 25 años y adultos que tengan entre los 25 y 35 años que sean amantes de los animales y sean nivel socioeconómico A, B y C.

Respondiendo a la pregunta ¿Por qué razón se escoge este público objetivo?, El estudio presentado por Kantar División Worldpanel demuestra que las parejas sin hijos, aquellos matrimonios con niños menores de cinco años y esas familias en las que se cuenta con la ayuda de una ama de casa de más de 55 años de edad, se prefiere la adopción de mascotas. (“Alimento para mascotas en Perú: más opciones para los engreídos de casa”, 2020)

Por otra parte, con respecto a los hogares sin hijos, que representan el 30% de la población del país, Cecilia Ballarín, detalló que principalmente se ubican en Lima y en las principales ciudades del interior del país (Trigoso, 2019). Además, a nivel latinoamericano se trata de los sectores que tienen un acceso mayor y más frecuente a dispositivos digitales y utilizan estos como fuente de entretenimiento a diferencia de los sectores más bajos cuyo tiempo de ocio está ocupado hacia los contenidos televisivos. De acuerdo a Ipsos, un 88% de usuarios de los sectores AB accede frecuentemente a YouTube y otras plataformas de video similares y un 83% lo hace en el sector C (Ipsos, 2017). Otro punto es que, el INEI informa en su estudio de Tipos y Ciclos de los Hogares que la edad predominante de aquellos que optan por no tener hijos es de 25 a 39 (56,2%), en menor proporción de 18 a 24 años (24,8%). Por otro lado, los hogares que tienen hijos menores a 5 años tienen también entre 25 a 39 años (34,0%).

¿Cómo es el consumo de redes sociales de este grupo?

Según lo publicado por INEI (2022) indica:

El teléfono móvil es el principal instrumento de acceso a Internet. De enero a marzo del 2022, el 66,7% de la población de 6 y más años de edad que se conecta a Internet lo hizo desde un teléfono móvil; el 19,2% desde el hogar y teléfono móvil; el 5,6% solo desde el hogar; el 3,3% desde el hogar, trabajo y teléfono móvil; y el 5,2% desde otros lugares.

Asimismo, el 90% de peruanos encuestados han aprendido a sacarle más provecho al internet desde la pandemia, el 86% cada vez se anima hacer más cosas por internet. 67% de encuestados utilizan el internet para ver series, películas, videos y estudiar. 70% lo usan para chatear y el 77% de usuarios lo utilizan para ingresar a sus redes sociales.(IPSOS, 2020). Las redes sociales más usadas por los peruanos son Whatsapp, Facebook, Tik Tok y Youtube. Facebook es una de las mejores redes sociales para comentar experiencia con una marca o producto, instagram es una de las mejores redes sociales para hacer concursos y sorteos, youtube es excelente para buscar recomendaciones y Tik Tok dar a conocer promociones.

Según el último estudio de «1000 peruanos dicen», ocho de cada diez utilizan redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y más. Sin embargo, resalta que solo el 30% confía en lo que consume a través de ellos (Perú Retail). El estudio también revela una marcada preferencia de los peruanos por una publicidad con anuncios favorables para su economía como promociones de productos y servicios (33%); así como mensajes positivos, divertidos y de aliento (27%)(Perú Retail).

3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

La propuesta inicial de este proyecto consiste en presentar una serie documental donde se registren situaciones difíciles que pasan los animales domésticos y silvestres con el fin de sensibilizar a los amantes de los animales para motivarlos a realizar acciones solidarias hacia estos animales.

Esta serie contará con una temporada de 6 capítulos donde se darán a conocer historias sobre animales domésticos en los 3 primeros capítulos e historias sobre animales silvestres en los tres capítulos restantes. Esto es así porque se busca narrar de manera equitativa los casos de animales silvestres y domésticos.

Actualmente, ya se encuentran grabados los capítulos que narran las historias de los gatos “Benito” y “Puma”. Se escogieron estas historias porque se le da mayor relevancia a las dificultades que pasan los perros a las de los gatos, es posible evidenciar esto viendo de que solo hay estadísticas de perros callejeros pero no de gatos, por esa razón primero este programa busca visibilizar las dificultades de los gatos.

El capítulo de Benito es el primero de la serie porque da a conocer una historia personal de “Alejo” esto se decidió así para generar una conexión emocional entre este personaje y los espectadores del programa. Además, la temática abordada es acerca de la adopción de animales domésticos adultos mayores porque se busca motivar al público objetivo a darles la oportunidad a estos animales a ser parte de un hogar.

Este capítulo cuenta con el estilo narrativo: “derrota, victoria, victoria” donde se empezará relatando la historia de un animal a partir de las dificultades que atravesó apelando ahí al estado de “derrota” de este personaje. A continuación, y cómo es que una organización o persona ayudó a mejorar su situación hasta darle una vida digna. Aquí se apelará al proceso de victoria ya que se va mostrando al personaje mejorando su calidad de vida. La razón de esto es porque se busca sensibilizar y visibilizar sobre la situación difícil que está pasando este animal. Acto seguido, se muestra a un individuo

u organización ayudando a este animal porque se busca motivar de la misma forma a los espectadores a ayudar a los animales.

Después, se decidió por realizar el capítulo del gato “Puma” para informar y sensibilizar sobre el hecho de que animales como los gatos pueden contraer enfermedades como el “VIH” o la Leucemia y deben tratarse con responsabilidad. Además, de reforzar el hecho darle visibilidad a las dificultades que pasan los gatos. No obstante, cabe resaltar que este programa no solo se enfoca en gatos sino también en perros.

Este capítulo empieza con un estilo narrativo testimonial en el que Juan Diego y Juan Luis, dueños del refugio Arquipets cuentan acerca de cómo llegaron a encontrar al gato “Puma”, los cuidados que se deben tener con un gato que tiene VIH y como es la personalidad de este gato. Se decidió este estilo narrativo porque se busca conmover, sensibilizar al público sobre la situación de este gato con el fin de motivar su adopción. “Alejo” Director del programa fue el encargado de conducirlo y narrar las historias porque este personaje busca conectar con los amantes de los animales.

El look de la cámara cuenta con una coloración cálida, de un tono leve de color naranja con el fin de comunicar un ambiente cercano, alegre y familiar. Se utilizó grabación de voz con el fin de comunicar las historias de los animales mediante el relato y se potenció la sensación de cercanía mediante el uso de música no diegética.

Se exhibió dos capítulos piloto del Microprograma “Alejo”, este cuenta con la realización de dos videos, primero; el video introductorio que da a conocer la temática del programa y además busca promover la adopción de animales callejeros mayores a través del caso del gato “Benito” y segundo el video del gato “Puma” que busca promover la adopción de animales con VIS.

Con respecto al primer video los participantes comentan que el video es bien emotivo; el objetivo que quiere lograr transmite mucho, genera conciencia en las personas para que estén dispuestas a adoptar animales mayores. La historia de Benito genera tristeza debido a que cuando él vivía en la cuadra de San Miguel los vecinos

poco se interesaban por ayudarlo. Además conectó con uno de los invitados porque este también decidió adoptar a su gato de la calle y este video le recuerda a su experiencia.

Por otro lado el personaje “Alejo” es percibido como una persona muy sincera con respecto a su pasión por ayudar a los animales, como alguien con quién se puede estar cómodo hablando sobre las dificultades que pasan los animales. Una persona humilde. En temas de Marketing es visto como un líder de marca. En temas técnicos la edición fue muy agradable para el público, los videos eran de buena calidad, los planos detalles, la edición y sobre todo la música aportan muchísimo. Los colores cálidos ayudan bastante a la emotividad.

Para finalizar el público resaltó los siguientes aspectos que se deben tener en cuenta para mejorar:

La idea central del proyecto no se entendió muy bien; ya que parece que este programa solo fuera dirigido hacia promover la adopción de animales mayores cuando no es así. Poner más fotos o videos sobre cómo vivía Benito antes de ser rescatado y adoptado de la calle, no sólo apelar a lo emocional, incluir el uso de datos y estadísticas sobre las dificultades de los animales callejeros, informar sobre qué otras formas existen para ayudar a los animales. Diseñar alguna estrategia para cautivar al público objetivo en los primeros 10 segundos, invitar al público objetivo a seguir este programa en las redes sociales y aumentar los planos detalle.

Con respecto al segundo video sobre el gato “Puma” se entendió la idea central de este video que es promover la adopción sobre un gatito con VIH y además informar sobre los cuidados que se deben tener con un gato si es que tiene esta enfermedad. Este video fue dinámico parecía un reportaje, la historia es atractiva y la calidad de video, sonido y edición también aportan mucho.

Sin embargo, deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos para mejorar:
Resumir la historia de Juan Diego, director del albergue Arquipets porque llega a sentirse muy larga, a la hora de hablar de los cuidados al adoptar a un gato con VIS es mejor tener el testimonio de un veterinario para que pese más lo que diga. Más aún, dar más información sobre el refugio “Arquipets” y mencionar de qué otras formas se

puede ayudar a este gato si es que los espectadores tienen la intención de ayudarlo pero no de adoptar. Poner tomas de video de cuando “Alejo” estaba yendo al refugio “Arquipets”, eso genera familiaridad.

Con respecto al video de “Benito” se realizaron los siguientes cambios: En primer lugar, ese ya no será el video introductorio sino un capítulo más del programa. Después, se cambiará al personaje de “Benito” por “Alma” una gatita callejera la razón de esto es debido a que “Alejo” tiene una relación más estrecha con alma y por ende las tomas del proceso de adopción de esta gata.

Benito: poner bloopers, video introductorio separarlo, poner más tomas de Benito, quizá estadísticas, los 10 primeros segundos son cruciales, al final del video hacer un llamado a la acción clara, que quedé más claro el llamado a la acción, usar más tomas detalles.

Por último, se contó con la participación del Filmmaker Rodrigo López para la grabación de cámara de los capítulos piloto, la dirección de fotografía y la edición audiovisual. Este programa se apoyará de las siguientes redes sociales: Principalmente Instagram, luego Facebook y Youtube.

A futuro se hará un capítulo introductorio cuyo objetivo será comunicar toda la dinámica del programa documental de “Alejo”. Se comunicará de que es un documental seriado de 6 capítulos, la dinámica y el propósito del documental con el fin informar y concientizar a la audiencia sobre este proyecto. Además, cada capítulo tendrá un soporte de datos estadísticos para que le dé más consistencia a las historias que se expondrán. Luego, cada capítulo contará con temáticas dinámicas que giran alrededor de un tema principal para darle más dinamismo .

Estos microdocumentales tienen la posibilidad de generar un cambio en la actitud de los espectadores porque aquellos que ya tienen alguna práctica solidaria hacia los animales se identifican con lo que ven en las historias relatadas allí y los motiva a seguir siendo solidarios. Las historias reales sobre las dificultades que atraviesan los animales más la data estadística conmueven y concientizan a aquellas personas que les gusta los animales.

4. LECCIONES APRENDIDAS

Este proyecto trajo consigo un conjunto de lecciones valiosas con respecto a las fases de preproducción, grabación, post producción y validación del producto. (Poder hablar de cosas que funcionaron bien de cosas cubriendo la narrativa, preproducción a mi relación con el resto de áreas, si hubiera tenido el equipo más días quizá hubiera hecho más

4.1 Preproducción:

Con respecto a la preproducción tras haber realizado los videos sobre “Benito” y “Puma” se puede mencionar lo siguiente:

En el caso de la historia sobre “Benito” el equipo técnico fue acertado porque produce videos de muy buena calidad y son suficientes para producir los contenidos de este programa. Con respecto a las locaciones, también fueron una buena elección porque permiten conocer mejor a las protagonistas de la historia; sin embargo, en el caso de la casa de “Alejo” se debe tener cuidado con el Eco. Durante el rodaje, muchas de las grabaciones que se dieron fueron un reto porque se tuvo que adaptar a los lugares en los que “Benito” se trasladaba ya que debido a que es un animal se debe tener cuidado con no asustarlo. Aún así, a pesar de esta dificultad, se pudo dar un buen resultado con los planos y con las expresiones del animal, no huyó de la escena ni se vio intimidado.

Luego, con respecto al guión, el video cumplió parte de su objetivo que fue promover la adopción de animales mayores; no obstante, si es que se va a contar la historia de un animal que ha sido rescatado de la calle considerar tomas que den a conocer cómo vivía este en la calle para conectar más con el público. Además, este video de “Benito” era también para presentar a “Alejo” y la razón de este programa; sin embargo esta parte no se entendió bien; por lo tanto, para resolver este problema, “Alejo” realizará un video corto explicando el propósito del programa y otro video específicamente sobre el gato “Benito”

En el caso de la historia del gato “Puma” el equipo técnico fue acertado porque produce videos de muy buena calidad. La locación también fue la correcta porque permite conocer al gato desenvolviéndose en su entorno, y a su vez apreciar el ambiente campestre que hay en Pachacamac. El guión cumplió en parte con su objetivo de sensibilizar sobre el tema del VIH pero hubiese podido ser mejor porque deja algunos vacíos ya que en la validación con el público objetivo la historia de Juan Diego Director de Arquipets sobre Puma es un poco larga y llega a aburrir; la parte donde se informa sobre el VIH tiene más peso si es que es dicha por un veterinaria y debería haber más información sobre el refugio Arquipets.

4.2 Grabación:

Con respecto a la grabación de los videos del microprograma “Alejo” se puede decir lo siguiente:

En el caso de la historia de “Benito” la dirección de arte se enfocó en construir un ambiente cercano con el animal mediante la grabación en lugares donde este dejaba rastros de su historia como la cuadra Fidel Tubino en San Miguel en que este fue encontrado moribundo, el departamento en que vivía actualmente tras haber sido rescatado, la sala, cocina y cuarto de visita que eran lugares frecuentes para el gato.

De otro lado, al iniciar la grabación, enfocar a Benito suponía una dificultad porque al ser un animal no se le puede dirigir y se debe tener cuidado con no asustarlo. Sin embargo, este gato aligeró esta carga porque no era asustadizo y transitaba por lugares que aportan al rodaje ya que contribuyen con su historia.

Sin embargo, se debe tener cuidado con el uso de ropa porque el polo azul de “Alejo” no aporta a la colorización cálida de los videos. La dirección de fotografía de fotografía también permitía que el público se sensibilice al ver el video; sin embargo, al contar la historia de Benito a la hora de tirar agua a la calle se debió hacer esa escena más brusca; también se debió buscar más tomas de Benito para que el público pueda ver mejor el antes y después del gato.

En el caso de la historia de “Puma” con respecto a la dirección de arte se buscó construir un ambiente cálido y familiar a través de la grabación en la casa de campo del Señor Juan Luis quien cuidaba a Puma en un refugio que este había construido para albergar gatos callejeros. Este ambiente pudo lograrse a través de las tomas que se grabaron del gato interactuando en ese espacio solo. Aportaba mucho de que el gato era cariñoso porque interactuaba con el lugar y con el Señor Juan Luis a la hora del rodaje. En segundo plano se buscaba dar a conocer el refugio para gatos que había elaborado el Señor Juan Luis.

4.3 Post Producción:

En el caso de Benito en la grabación se tuvieron que hacer muchas tomas al gato mientras este se trasladaba por la casa. Por esa razón, la edición fue muy importante para darle sentido a todo ese conjunto de tomas.

En la historia del gato Puma también hubieron muchas tomas y se resalta que importante es no ser repetitivo con estas sino variables para generar un contenido más dinámico. Por ejemplo, se buscó alternar tomas del gato, tomas del Señor Juan Luis y tomas del gato siendo acariciado por este último.

La música es un aspecto que resalta en este proceso porque articula y le da ritmo a todo a ambos videos; además esta potencia las emociones que estos videos buscan transmitir. La colorización es otro aspecto que sobresale en este video ya que al ser cálida produce un efecto emotivo de ternura. La elección de las tomas aportaron mucho a ambas historias.

4.4 Validación del Producto:

Tras haber validado el microprograma “Alejo” es posible ver que se lograron los siguientes aciertos:

Primero, se logró posicionar al Personaje de “Alejo” como alguien sincero y apasionado por ayudar a los animales y motiva a otros a querer compartir sus ideales con respecto a los animales. Alguien con quien se puede dialogar sobre este tema.

Segundo, la edición del video logró reforzar el carácter emotivo de la historia de Benito debido a la forma de estructurar las escenas, los planos detalle, tomas de apoyo, música y la colorización cálida.

Tercero, los objetivos de “Alejo” fueron comprendidos con cada video con respecto a la adopción de los animales mayores en el caso del gato “Benito” y los cuidados que se deben tener con el VIH felino que es el caso del gato “Puma” y además ambas historias lograron conectar emocionalmente con la audiencia a la que se expusieron .

Sin embargo, no se lograron los siguientes aspectos:

No se logró que el público comprenda con claridad la temática del programa. Mezclar el video introductorio con la historia del gato “Benito” no fue una buena elección porque al público no logra distinguir la temática del programa y no le queda claro si es que todo el programa será sobre casos de animales mayores; si es que habrá un conjunto de episodios con una temática o no.

No tener una variedad de tomas de apoyo sobre “Benito” y “Puma” antes de ser rescatados o durante su proceso de rescate deja con un sin sabor a la audiencia de estas historias porque les gustaría ver más tomas que refuercen las historias de estos animales.

Este producto se va mejorar a través de realización de un video introductorio que explique a la audiencia la temática de la serie. Después, se escogerán casos variados de historias no solo de gatos sino de perros y animales silvestres que capten la atención del público. Otro tema que la audiencia resaltó es la falta de datos estadísticos que va a ser aplicada para reforzar la veracidad y consistencia de cada capítulo de la serie.

Por último, escoger historias en las que se tenga variedad de tomas de apoyo para poder mostrar todas las dificultades que atravesaron los animales según las dificultad que se presenten en cada historia.



REFERENCIAS

1. Laurie, A.(2020, 12 de enero). El problema de los perros callejeros. *El comercio*
<https://elcomercio.pe/opinion/columnas-hoy/el-problema-de-los-perros-callejeros-noticia/> .
2. Cáceda, S.(2021). La problemática de los canes vagabundos y los planes de control a nivel de gobiernos locales en Lima - Perú. *Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú*, 38(3) 1-2.
3. Valderrama,L., Huatuco,P.(2013)Análisis de los factores de integración en empresas sociales del sector de protección canina. Estudio de casos: MATCHCOTA, VOZ ANIMAL Y WUF.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13707/Valderrama%20L%20%b3pez_Huatuco%20Villena_An%20%b3alisis_factores_integraci%20%b3n1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Gobierno Nacional del Perú.(2020). *Más de 820 especímenes de fauna silvestre fueron decomisados por SERFOR hasta julio del 2020*.
<https://www.gob.pe/institucion/serfor/noticias/302065-mas-de-820-especimenes-de-fauna-silvestre-fueron-decomisados-por-serfor-hasta-julio-del-2020>
5. IEDGE. (2020). *Uso de Instagram en Perú*
<https://www.iedge.eu/instagram-en-peru-2020-por-javier-garcia>
6. Perales,L.,(2022 de Junio) Influencia de la red social instagram en los estereotipos de belleza de los jóvenes universitarios de universidades privadas, Lima 2022
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3004/1.ANGELA%20PERALES%20LAZO%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7. IPSOS. (2020). *Uso de Redes Sociales entre peruanos conectados 2020*.
<https://www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020>
8. Trigoso, M. (2019, 15 de Mayo) Familias sin hijos y con niños menores de cinco años mueven 60% del gasto en hogares. *Gestión*.
<https://gestion.pe/economia/empresas/hogares-hijos-vastagos-menores-cinco-anos-representan-60-gasto-hogares-consumo-266983-noticia/>.
9. INEI (2022) *El 72,5% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a Internet en el primer trimestre de 2022*.
<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-725-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-del-pais-accedio-a-internet-en-el-primer-trimestre-de-2022-13767/>
<https://www.peru-retail.com/ocho-de-cada-10-peruanos-utilizan-redes-sociales-pero-solo-el-30-confia-en-lo-que-ve/>
10. IPSOS (2021) *Ocho de cada 10 peruanos utilizan redes sociales, pero solo el 30% confía en lo que ve*.
<https://www.ipsos.com/es-pe/el-internet-de-cada-dia-habitos-y-actitudes-hacia-el-internet-2021>
11. Perú-Retail(2022). *Ocho de cada 10 peruanos utilizan redes sociales, pero solo el 30% confía en lo que ve*.
<https://www.peru-retail.com/ocho-de-cada-10-peruanos-utilizan-redes-sociales-pero-solo-el-30-confia-en-lo-que-ve/>
12. Alva Olivera, G. (2022, 19 de septiembre). Albergues para perros en Lima están al límite de sus capacidades y sin apoyo significativo. *El Comercio*.
<https://elcomercio.pe/lima/albergues-para-perros-en-lima-estan-al-limite-de-sus->

capacidades-y-sin-apoyo-significativo-mascotas-adopcion-responsable-derechos-de-los-animales-politicas-publicas-noticia/

13. Azcárate A. (2016, octubre). Programa de Control de la Población Canina en el distrito de Surquillo Lima, Perú.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621383/UNIVERSIDAD+PERUANA+DE+CIENCIAS.pdf?sequence=1>

14. Municipalidad de Lima (2022, 27 junio). *Comando Patitas de la Municipalidad de Lima rescató 50 cachorros del comercio informal*. munlima.gob.pe.

<https://www.munlima.gob.pe/2022/06/27/comando-patitas-de-la-municipalidad-de-lima-rescato-50-cachorros-del-comercio-informal/>

15. La República del Perú (2019, 29 mayo) *Ellos también sienten dolor y miedo: la importancia de adoptar a un animal abandonado*.

<https://larepublica.pe/sociedad/1310886-animales-abandonados-importancia-adoptarlos-albergues-perros-video/>

16. Serfor(2017, Setiembre). *Estrategia Nacional para Reducir el Tráfico Ilegal de Fauna Silvestre en el Perú*. Serfor.gob.pe.

<https://ESTRATEGIA-NACIONAL-PARA-REDUCIR-EL-TRAFICO-ILEGAL-DE-FAUNA-SILVESTRE.pdf>

17. Gestión, R. (2021, 9 noviembre). *Tráfico de animales: hasta 5,000 especies silvestres son rescatadas al año*. Gestión.

<https://gestion.pe/peru/trafico-de-animales-hasta-5000-especies-silvestres-son-rescatadas-al-ano-nndc-noticia/>

18. Perú Retail. (2019, 24 octubre) *Perú: El impacto de las mascotas en casi la mitad de los hogares peruanos*.

<https://www.peru-retail.com/peru-valor-e-impacto-mascotas-la-mitad-hogares-peruanos/>

19. República, L. (2020, 2 agosto). *La difícil situación a la que se enfrentan los albergues de animales durante la pandemia*. AP Noticias Perú.

<https://www.apnoticias.pe/peru/larepublica-pe/la-dificil-situacion-a-la-que-se-enfrentan-los-albergues-de-animales-durante-la-pandemia-17619>

20. Seguido, P. (2022, 26 abril). “Adoptar es chévere”. *Punto Seguido - UPC*.

<https://puntoseguido.upc.edu.pe/adoptar-es-chevere/>

21. CPI (2018, octubre). *Tenencia de mascotas en los hogares a nivel nacional*.

http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_mascotas_201808.pdf

22. Tendencias digitales (2017, junio) *Uso de las redes sociales en Latinoamérica. Datos y reflexiones*. *Tendencias Digitales*.

<https://tendenciasdigitales.com/redes-sociales-usos-latinoamerica/>

ANEXOS

ANEXO 1 : ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Introducción	<p>El programa empieza con una escena que puede ser de un albergue, el caso de un animal que ha sufrido mucho en la calle, el caso de un animal que ayuda sido adoptado etc. Después Alejo dará un mensaje de presentación del contenido.</p> <p>Tiempo de duración: (45s- 1 min)</p>
Desarrollo	<p>El programa se desarrollará con Alejo presentando casos que motiven a ser solidarios, ayudar o adoptar a los animales. Por ejemplo: Casos de animales que han sufrido mucho, casos de albergues, casos de animales que antes sufrían y ahora son felices en un hogar, etc.</p> <p>Tiempo de duración: (3-4 min)</p>
Conclusión	<p>Alejo dará un mensaje de conclusión y cerrará el programa con una careta.</p> <p>Tiempo de duración (30s-1min)</p>

Duración de todo el programa: (3-5min)

ANEXO 2: CAPÍTULOS PILOTO

Links:

- Proyecto Alejo | Cap Benito <https://vimeo.com/645672973>
- Proyecto Alejo | Cap Puma <https://vimeo.com/user60591671>

ANEXO 3: GUÍA DE INDAGACIONES FOCUS GROUP:

Hora de inicio: 8:30 pm

8 participantes/ Duración 1HORA

Participantes :

1. Jessica Selem
2. Pepe Selem
3. Prima de Jessy
4. Jorge Bazán
5. Andrea Linares
6. Silvana
7. Lorenzo
8. Enamorado de Silvana

Preguntas: “Benito”

1. ¿Qué les pareció el video?
2. ¿Qué crees que podría mejorar en este video?
3. ¿Qué opinas del tema, de la conducción, del interés, de la duración?
4. ¿Cómo percibes a Alejo? ¿Qué actitud crees que tiene Alejo frente a los animales?
5. ¿Qué sentimiento te transmitió la historia de Benito?
6. ¿Qué otros aspectos te hubiera gustado ver?
7. ¿Estarías dispuesto a adoptar a un animal mayor, perro o gato?

Preguntas: “Puma”

1. ¿Qué les pareció la historia del gatito Puma?
8. ¿Cómo opinas del gatito Puma?
9. ¿Estarían dispuestos a adoptar un gato con VIH así como Puma? ¿Por qué?
10. ¿Sabían de que los gatos pueden tener este tipo de enfermedad?
11. ¿Qué les pareció el video?
12. ¿Qué crees que podría mejorar en este video?
13. ¿Qué opinas del tema, de la conducción, del interés, de la duración?

ANEXO 4: TRANSCRIPCIÓN DE SESIÓN DE FOCUS GROUP

Video 1

Pregunta #1 ¿Qué les pareció?

Pepe (Tu Papi) Selem: Vale empiezo yo, la verdad que lo vi super introductorio cuando te vi a ti y mostraste todo primero de ti. Fue super emotivo cuando contaste la historia de Benito y conociéndote lo sentimental que eres con ese toque que le has metido al video si llegas al corazón. Me ha gustado un montón.

Silvana Olano: A mí me pareció muy conmovedor y me gustaron los planos detalles. Me gustó la edición y me gustó mucho también la historia al igual que la música, ya que la música de alguna forma influyó también en mí. Reforzó mucho tu mensaje que quieres dar. Me gustó mucho.

Jessica Selem: Bonito la edición y todo, pero el mensaje en sí llegaría bastante a muchas personas que en verdad no tienen una mascota y quieren adoptar y solo ven cachorros o animales bebés, pero no saben la importancia de poder adoptar ya animales adultos. Entonces tu video ayudaría bastante a tener esa conciencia que esos animalitos también merecen amor. Muy buena, me gustó mucho.

Alejandro: Eso es lo que busco, que los animales mayores también sean considerados porque son los que más hay en la calle y son lo que la gente menos quiere tener en sus casas. Gracias

Jorge Bazan: A mí me gustó bastante las tomas de apoyo, siento que si sumó la edición y el guión, la pauta. Siento que estuvo bien conectado. Siento que se comunica ese mensaje de apoyo a aquellos animales que no tienen un hogar.

Alejandro: Si, también se estuvo pensando mucho en eso, en el tema de la cámara. Gracias Jorge.

Andrea Linares: Hola, creo que mas allá de el video que de por si está muy bien hecho, felicitaciones por eso. También siento que el mensaje, el objetivo que quieres lograr a partir de la historia que cuentas tuya personal, transmite mucho y es algo bastante importante porque hace que la persona que lo ve se sientan identificado y que quiera tener la misma experiencia. Siento que podría ayudar muchísimo a que la gente en verdad considere adoptar a un perrito mayor, que como tú lo mencionas en el vídeo es bastante complicado y sería darles una nueva oportunidad porque igual se lo merecen. Cada animal cuenta y cada opción cuenta. Creo que lo que estás haciendo es muy interesante, es muy bonito y va a tener mucho peso eventualmente.

Alejandro: Muchas gracias Andrea. Que bueno que estés acá y hayas arreglado el tema del zoom.

Lorenzo García: A mí también me gustó, como resaltaron los demás la edición del video estaba muy chévere. Me gustó la colorización, los colores que le diste al vídeo eran cálidos e iban bastante con el mensaje porque supongo que si usabas otro tipo de colorización, colores o música no iba a ser lo mismo. Influye bastante el mensaje y concepto que le quieres dar a tu tesis llegue. Como mencionó la anterior persona, es bonito que quieras dedicar tu trabajo de tesis para ayudar a los animalitos. De lo que dices de los que son mayores son dejados de lado a la hora de adoptarlos. En la calle siempre vamos a ver animales de mediana edad o viejitos porque los que vean

bebitos los van a rescatar para adoptarlos o subirlo a internet para que otros los adopten. Esta buena la historia, con la historia propia que tu cuentas haces que la gente se sienta involucrada. A mí me ha gustado bastante tu concepto de tesis.

Alejandro: Muchísimas gracias por tu comentario. Si, también necesito mucho del apoyo audiovisual y quería saber qué tal estaba.

Jean Zevallos: Me gustó bastante. En cuestiones de marketing, hiciste el video de tipo publicidad de experiencia personal y es muy bueno porque cuentas cómo surge la idea a través de tu abuelita, cómo vas viendo la oportunidad de rescatar animales abandonados y también te vendes como un influencer o como un líder de la marca porque pones la cara y cuentas cómo surge esa idea. Desde ese momento tienes una línea bien definida sobre lo que quieres seguir haciendo, venderte a ti como la imagen de la marca a través de los animales para poder lograr un contacto un poco más personal con las personas. Entonces me imagino que la línea de los videos van a ser más o menos así tipo experiencia personal. Me gusta bastante porque ya del tema técnico lo han nombrado bastante, pero creo que en temas de publicidad también esta bien asumida la idea y marcado hacia dónde quieres llevar los mensajes.

Alejandro: Muchísimas gracias. Justo lo que quiero hacer es más que hablar de mí, es hablar de casos de historia, historia de animales, distintos tipos de historias de animales. No solo animales callejeros, sino también selváticos, personas que están haciendo cosas por los animales como yo, contar todos esos tipos de historias. Y lo de marketing sinceramente no lo había considerado ni se me había pasado por la cabeza pero gracias, lo tomo en cuenta y lo voy a potenciar.

Fabiola Larrazabal: Escrito en el chat

Alejandro: Si Fabiola, definitivamente ayudar animalitos de la calle es un reto pero es algo que se disfruta bastante también. Y es algo que se debe hacer porque son seres que necesitan mucha ayuda y bastantes. Acá en Lima las estadísticas son bastantes, creo que 400 millones y definitivamente hay muchos más. Yo al menos quiero poner mi granito de arena ahí. Gracias por tu comentario.

Pregunta #2 ¿Qué creerían que se podría mejorar de este video?

Lorenzo García: Yo creo que para un video introductorio o para dejarte más o menos la idea del tema, esta bien el concepto como la parte del video. Si me queda claro cuál es la idea, pero tal vez explicarlo un poco más. No estoy tan seguro la verdad, se da a entender que a ti te interesó eso a partir de la historia que cuentas entonces tal vez explicar un poquito más, pero eso puede ser para otro video para que no sea muy cargado. Creo que así como lo has planteado está muy bien. Creo que no entendí bien

porque lo vi desde el celular y los mensajes distraen un poco. Mencionas la idea de ayudar a los animales mayores, pero no sé si solo te quieres enfocar en animales mayores o en todos los animales.

Alejandro: Muchísimas gracias, lo que voy a hacer es contar distintas historias de animales como les dije. Benito es un caso pero voy a buscar más casos. Como este video es solo introductorio lo quise presentar con este caso, pero no pensé que se iba a encasillar tanto.

Fabiola Larrazabal: Podrías hacer una introducción que capte la atención de las personas en los primeros 10 segundos del video. También podrías poner bloopers porque hace que las personas se queden enganchadas.

Jessica Selem: El video está lindo, te concientiza. Pero tal vez podrías poner videos o fotos de cómo era Benito antes para ver su cambio de cómo estaba en la calle y cómo está ahora. Todo flaquito como dices tu, todo raquíto. Eso también motivaría mejor a las personas para pasar de esto a esto. Eso podrías agregar a los futuros videos-

Alejandro: Muchas gracias Jessi, ese fue mi mayor reto porque solo tengo una toma de Benito que salió en el video.

Andrea Linares: En primer lugar concuerdo con el primer comentario que dice que no quedó tan claro si querías a los callejeros en general o solo a perritos adultos. Sé que este video es introductorio, lo que podrías hacer es un vídeo por caso pero especificar si son sólo perros o gatos o callejeros o adultos o en general y dividirlos por secciones. Por otro lado creo que es bastante importante también, no solamente apelar al lado emocional que es importante para concientizar a las personas, pero creo que también sería necesario mencionar estadísticas o dar información al respecto. Por ejemplo, cuántos callejeros hay en la calle y qué se puede hacer con esto. Ahora, en base a tu experiencia, ayudaste a Benito y le diste un hogar y no solo lo ayudaste sino que también te ayudó a ti. Esa es una forma de ayudar, adoptando, pero qué otras cosas puedes hacer para ayudar a los callejeritos. Eso también lo podrías mencionar para que las personas que no pueden adoptar. También concuerdo con lo antes mencionado que los 10 primeros segundos son cruciales para captar la atención de una persona. Si por ejemplo, tu objetivo es concientizar sobre los callejeritos entonces podrías empezar con

fotos que sean no tan feas ni chocantes pero que genere un impacto en las personas que están viendo el video y digan “Oh wow, esto es lo que veo todos los días pero no soy consciente de lo que implica”. Y por ultimo ver el antes y después de los animalitos.

Alejandro: Muchísimas gracias Andrea lo voy a tener muy en cuenta. Está todo apuntado.

Silvana Olano: Aparte del mensaje tan conmovedor que das podría también ser publicitado, poner tus redes sociales. Tal vez no para este video introductorio pero si para los siguientes. Ayudaría que tu contenido se difunda para más personas.

Alejandro: Perfecto Silvanita, muchas gracias. Lo tendré en cuenta en los otros videos. Principalmente se transmitirá los videos por Instagram y Facebook.

Jean Zevallos: Yo creo que las cifras que dijo Andrea me parece un dato porque ayuda un poco a conocer la realidad de forma más concreta, pero al final pides que se comparta el video para sensibilizar, pero no me queda claro qué es lo que quieres o pides cuando nosotros lo compartamos. Tal vez especificar al final del video que es un programa, engancharía un poco más y las personas sabrían que no solo es para concientizar sino que también hay todo un trabajo detrás que has preparado y quieres lanzar. Dar un por qué hay que compartirlo. Que sea más allá de concientizar, como que estas dando un servicio o es un programa de ayuda. Para generar un poco más de enganche con las personas y que puedan estar pendientes de tus redes sociales. Dándoles a saber que no solo es un video sino una secuencia de videos que van a salir.

Alejandro: Muchas gracias, no había pensado en eso pero lo tomaré en cuenta.

Jorge Bazan: Con respecto a las tomas, tal vez recrear lo que estabas contando. Por ejemplo en una parte dices que tu abuela le daba de comer. Podrías poner una persona mayor alimentando los gatos. Ver bastantes detalles. Esas tomas de detalles funcionan más que las amplias. Así que usar más tomas de detalles y las amplias solo cuando sean necesarias. Otra cosa, al principio tal vez recalcar que vas a promover la adopción de gatos o de perros. De alguna manera decirlo para que quede claro.

Alejandro: Perfecto, voy a especificar más eso. Gracias Jorge

Pregunta #3 ¿Cómo me perciben a mí, Alejo y qué actitud creen que yo tengo con respecto a los animales?

Jorge Bazan: Alguien que promueve el bienestar de los animales

Jean Zevallos: Si te ves como una persona bastante sincera. Más allá de que es un trabajo de tesis, si se nota que te gusta, a menos que seas actor, es muy difícil de transmitir. Y transmites realmente la sinceridad y se nota que te apasiona y lo buscas más allá de la tesis y eso es un valor agregado porque no se te nota forzado o que no sabes lo que hablas. Se nota que has tenido bastante preparación y la forma cómo te expresas sin titubear ayuda un montón al video. Yo creo que es un buen tema el que escogiste porque es un tema que te apasiona y sabes de lo que hablas. Como personaje está muy bien planteado.

Alejandro: Muchas gracias. La verdad no soy actor aunque si estuve en clases de actuación pero ahí nomás. Y si, el tema me apasiona y lo estoy disfrutando.

Silvana Olano: Yo concuerdo con Jean. Tu personalidad se transmite muy bien en el video. Pareces ser una persona con la que se puede compartir y hablar de ese tema. Una persona con la cual te puedes sentir cómoda hablando. Y lo mejor de todo es que te está enseñando. Siento que podrías ser un gran referente para el tema que estas tocando.

Alejandro: Muchas gracias Silvana. Esta parte es importante porque yo quiero saber si estoy conectando con ustedes que son mi público. Si no, hay cositas que puedo mejorar.

Pregunta #4 ¿Qué sentimientos les transmitió la historia de Benito?

Silvana Olano: Me transmitió un poquito de pena cuando comentaste que casi nadie los adopta. Has llevado bien el video. Fuiste a la parte mala y luego a la parte buena. Me gustó mucho como me fuiste llevando por ese flujo de emociones. Es una historia que te deja pensando y en mi caso yo no sabía de este tema.

Alejandro: Benito en San Miguel era un gatito que nadie daba nada por él y ahora en mi casa es un rey que recibe mucho amor.

Jean Zevallos: Yo tengo 6 gatos y 3 son callejeros. Me gustó la historia porque me sentí identificado, conecté al toque por lo que yo tengo gatos así. El hecho de que

Benito vivía debajo de un carro y que le hayas dado al final un hogar, me parece una historia bastante emotiva. Le has dado la vuelta para que no sea una historia tan común porque hay muchas tras de animales rescatados. Pero lo has expresado de cómo nació en ti con el tema de tu abuelita y eso.

Alejandro: Asu, 6 gatos en una gran chamba

Pregunta #5 ¿Estarían dispuestos a adoptar un animal mayor?

Andrea Linares: Yo si estaría dispuesta. No tengo ningún problema con la edad del perro. En mi caso perros porque me gustan los perros. Si tuviera el espacio y los ingresos si lo haría. Yo he visto lo que pasa un perrito que es mayor y no es adoptado, sobre todo en los albergues. Es un poco fuerte ver eso y triste si piensas en eso. Si me gustaría darle la misma oportunidad que mis perritos tienen a un perrito mayor. Así que si lo haría.

Alejandro: Me alegra de verdad. Tu si no me equivoco estas en “Voz Animal” en las redes. Me imagino tienes experiencia con estos animalitos. Muchísimas gracias.

Video 2

Pregunta #1 ¿Qué les pareció el video?

Pepe (Tu papi) Selem: Me pareció súper interesante y siendo sincero me sentí como si estuviera viendo un programa más de Animal Planet, tan específico y aprendiendo cosas nuevas, hablando de la enfermedad y las medidas que debes tomar si tienes un animalito con esa cualidad. Me ha encantado un montón.

Jorge Bazan: Me gustó bastante la imagen, la colorización, la edición. Además que te cuentan un caso nuevo. El anterior era de un gatito mayo y este de un gatito con una enfermedad. Al final igual se potencia la idea de adopción, entonces no solo te hablan del gatito sino la opción de adoptarlo y sus cualidades.

Alejandro: Si, eso es lo que se está buscando en verdad. Hay un montón de gatitos con esa enfermedad en la calle y hay que tener esos cuidados para adoptarlos.

Andrea Linares: Fue muy dinámico, parecía literalmente un reportaje. Te adentrabas en la historia con el video, las tomas de apoyo, las opiniones, comentario de los directores del lugar. Vi el video súper completo porque fomenta la adopción y además te da información con respecto a situaciones como esta, gatitos que tienen esa enfermedad. Pero eso no es un impedimento, también pueden ser adoptados y eso es interesante porque lo mencionan en el video.

Alejandro: Si, eso es lo que se buscó hacer, promover la adopción de ese tipo de animalitos. Muchísimas gracias por tu comentario Andrea.

Jean Zevallos: Yo creo que halagos a estas alturas para tus videos van a sobrar porque e nota que la calidad esta muy buena, la imagen esta súper bien editado y la música también se escucha bien. En temas técnicos esta excelente. Me gustó también que al final hablaras de cómo se podría adoptar esa gatita. Derrepente yo le hubiera agregado algo. Los directores hablan de cómo se pudo haber contagiado, más o menos de qué cosiste su enfermedad, pero de repente yo hubiera entrevistado a un veterinario con su bata en su consultorio para que le dé un poco más de credibilidad. Tal vez omitir la parte donde los directores lo dijeron y poner la opinión de un experto para que un poco pueda explicar a las personas que tienen las mascotas o que están interesados en cómo eso se puede prevenir o cómo se puede cuidar. Después todo esta súper genial.

Alejandro: Muchísimas gracias, voy a tener eso cuenta porque el hecho de la credibilidad es muy necesaria.

Lorenzo García: Me gustó el video. La idea de introducimos el tema de adopción saliendo de lo típico que es adoptar cachorritos es buena. Lo haces con historias reales y eso hace que las personas nos conectemos más con el tema. La edición del video también muy buena. Lo único que te diría es el tema de las redes, que las puedas poner. En general me gustó. Y me hiciste recordar que los animales también pueden tener esos problemas solo que no le damos la importancia debida.

Alejandro: Van a ser varios casos aleatorios el tema. Perfecto, gracias.

Pregunta #2 ¿Qué le cambiarían al video?

Jorge Bazan: Tal vez intentar resumir un poco las ideas que ya son complemento para que el video dure un poco menos. Y como dice Lorenzo, al final si creo que se hubiera necesitado poner las redes sociales.

Alejandro: Perfecto Jorge, gracias. Voy a tomarlo en cuenta.

Silvana Olano: Yo también le pondría las redes sociales y también la página web de ese refugio. También me gustaría ver en futuros videos tus viajes, que te siga la cámara en varios momentos. Tal vez agregarle eso y cuidar un poquito porque escuché ruidos de fondo cuando hablaban de Puma los directores. Y al igual que Jorge tal vez condensarlo un poquito porque en un punto me pareció algo extensa.

Andrea Linares: Vi el video bien y me gustó cómo lo hiciste y cómo se contó, pero le agregaría un poco más de información del albergue porque así como ese caso también deben de tener otros. También cómo se podría ayudar a Puma en caso no se pueda adoptar. Que se dirija el video también en las otras formas que se puede ayudar a los animalitos. No le agregaría nada más, si trataría de cortarlo un poquito pero la verdad no lo sentí tan largo. Honestamente lo vi normal y súper bien hecho. La calidad está muy buena y el video no llega a aburrir. Así lo sentí yo, estuvo muy buena.

Alejandro: Muchas gracias Andrea. Voy a averiguar más esas cositas y ver cómo más se puede ayudar.

Jean Zevallos: Me parece bien porque tienes una puña de intro, la música es consistente entonces tienes coherencia de marca en tus videos, van por el mismo estilo. Yo veo cómo empieza y al toque saco que es un video tuyo. Y poner alguna marca en el video porque me imagino que tal vez otras páginas podría resubir tu video y que sepan que es tuyo.

Alejandro: Muchísimas gracias Jean. Todo lo que ustedes me han dicho acá respecto a estos videos voy a tenerlo en cuenta para mejorarlos. No vayan a compartir estos videos aún porque quiero hacerle las mejoras primero con todo lo que me han dicho y volver a subirlos. En verano estaré divulgando estos videos y tendré unos siete más aproximadamente. Les estaré avisando con tiempo. Más bien gracias por el tiempo que me han dado acá, deben tener muchas cosas que hacer así que gracias chicos, los aprecio mucho. Espero les vaya súper en todo lo que hagan.

Anexo 5: Guión narrativo “Benito”

Escena	Acción	Texto: Voz Alejo
3s	Tomas de video de animal doméstico bebe.	Bonito no? Da ganas de llevártelo /s
5s	Mostrar tomas de video de animales domésticos adultos en refugio	Sin embargo, estos de acá también son bonitos, y necesitan un hogar.
3s	Mostrar tomas de video de animales domésticos adultos en refugio/ tomas de la fachada del refugio.	Puedes encontrarlos en refugios como este
2s	Mostrar tomas de video de animales domésticos adultos en la calle tonteando.	O sino en las calles
5s	Alejo con animal callejero acariciándolo, puede ser perro o gato.	Y la pregunta es: ¿Por qué no les damos la oportunidad a los animales callejeros adultos a ser parte de nuestra familia?
6s	Tomas de video de 3 personas con el rostro tapado dando respuestas de por qué no adoptarían a animal adulto callejero/ fragmentos de entrevista de una persona dueño de un refugio comunicando	no son bonitos, son ariscos, y si tienen enfermedades. (Hacer encuesta a chica face to face).

	que la gente prefiere más a los cachorros o bebés que a los viejos	
6s	Toma de video de “Alejo” en su casa, sala.	Tras haber escuchado estos testimonios me gustaría contarles mi historia con Benito, un gato adulto que recogimos de la calle con mi mamá para que tengan una idea de la maravillosa experiencia que se están perdiendo.
	Toma de Alejo yendo hacia Benito y acariciándolo. Tomas primer plano de Benito cuando se engría.	Acompáñenme a conocerlo, este de acá es Benito.
		Cuando lo rescatamos él estaba flaquísimo, a las justas tenía fuerza para moverse.
		Él vivía debajo de este auto sucio, sin fuerzas e invisible porque nadie lo veía.
		Hasta que... nos aventuramos a adoptarlo

		Y fue la mejor decisión que hayamos podido tomar
		Benito es un gato muy tranquilo
		Le encanta el cariño
		Y el huevo frito
		Además tiene su novia
		Lo mejor de todo pero así lo mejor es la satisfacción de saber que le salvamos la vida porque antes se encontraba en la calle posiblemente a punto de morir pero ahora está disfrutando plenamente su vida gracias a nosotros.
		Y eso es algo que no tiene precio; por tanto, si aman a los animales así como yo y están pensando en tener una mascota, los reto a adoptar a un animal adulto callejero, así como Benito háganlo, les prometo que disfrutarán mucho de esta aventura.
		No se olviden de compartir este video co

		todos sus conocidos, segurime en sus redes sociales
	motivar a los espectadores a adoptar gatitos callejeros adultos porque al hacerlo experimentarán la gratificación de haber salvado una vida y porque ellos también merecen la oportunidad de tener un hogar. Decirles: yo lo hago porque saber que casi se muere y verlo ahora renovado me llena de alegría porque se que la salve la vida y el merece vivir bien, ser amado y bien cuidado. Asi que los reto a disfrutar de esta aventura.	(Continuación de video ya realizado: este de acá es Benito....
		X

Anexo 6: Presupuesto Económico

Este presupuesto económico comprende dos escenarios, el primero donde el director del programa “Alejo” realiza este microprograma documental con un propósito solidario. El segundo comprende lo que costaría su realización por medio de profesionales de la comunicación externos.

Propuesta tentativa por capítulo (Alejo):

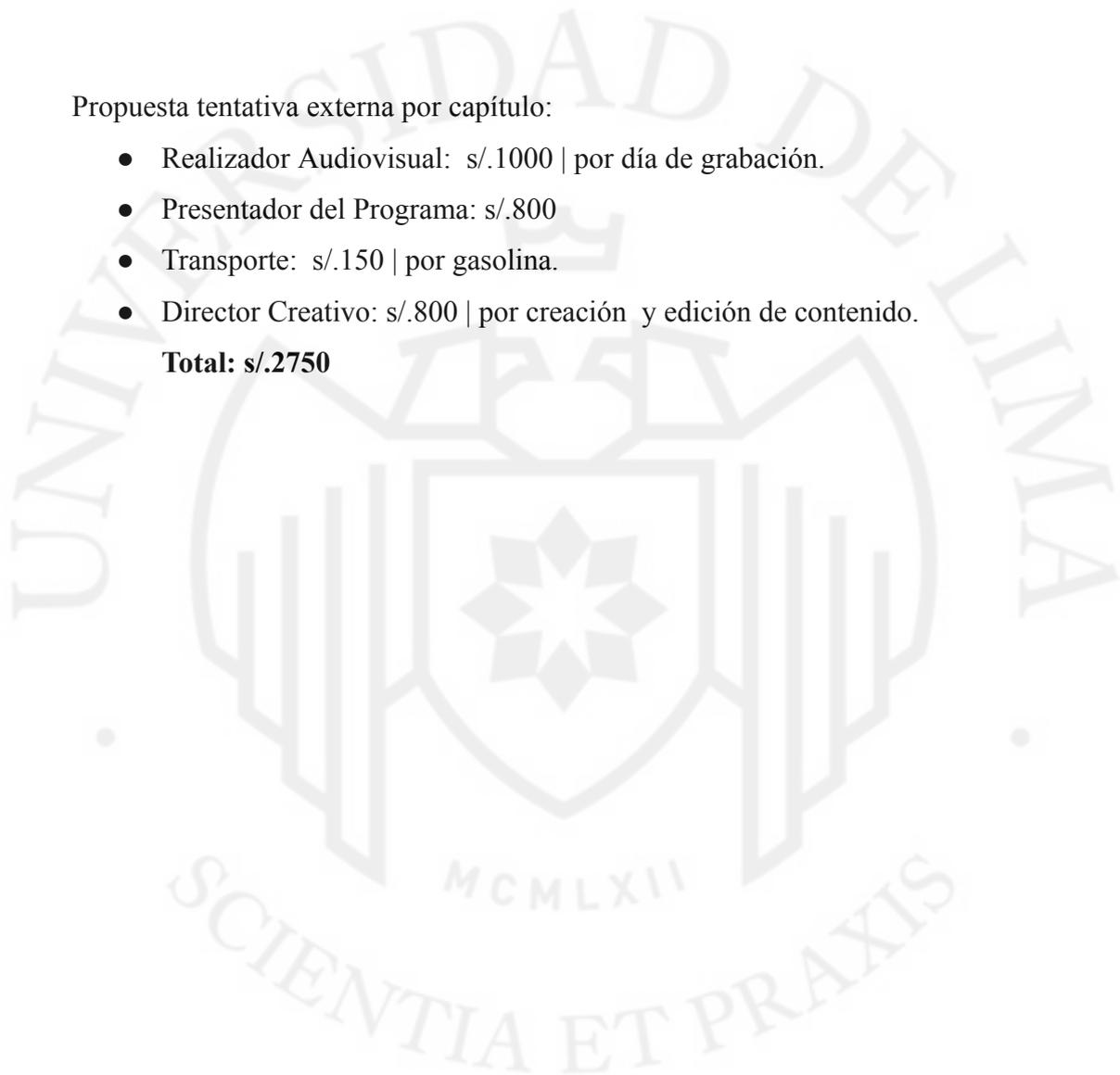
- Filmmaker: s/.200 | por día de grabación.
- Transporte: s/.150 | por gasolina.
- Director del Programa: s/.400 | por creación y edición de contenido.

Total: s/.750

Propuesta tentativa externa por capítulo:

- Realizador Audiovisual: s/.1000 | por día de grabación.
- Presentador del Programa: s/.800
- Transporte: s/.150 | por gasolina.
- Director Creativo: s/.800 | por creación y edición de contenido.

Total: s/.2750



Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.gob.pe Fuente de Internet	1%
3	www.peru-retail.com Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	www.gabrica.pe Fuente de Internet	1%
6	elcomercio.pe Fuente de Internet	1%
7	suaf.am Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	gestion.pe Fuente de Internet	<1%

10	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
11	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
14	www.perrospurasangre.mx Fuente de Internet	<1 %
15	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
16	carlos-rodriguez-apolinario.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
17	media.e-alliance.ch Fuente de Internet	<1 %
18	upcommons.upc.edu Fuente de Internet	<1 %
19	www.pinterest.es Fuente de Internet	<1 %
20	www.topblogarea.com Fuente de Internet	<1 %
21	alertachiapas.com	

Fuente de Internet

<1 %

22

conexionambiental.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

es.readkong.com

Fuente de Internet

<1 %

24

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

25

transportesynegocios.wordpress.com

Fuente de Internet

<1 %

26

waveonmedia.com

Fuente de Internet

<1 %

27

www.ebooking.com

Fuente de Internet

<1 %

28

metaleria.galeon.com

Fuente de Internet

<1 %

29

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

30

repositorio.urp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

31

www.tecknomano.com

Fuente de Internet

<1 %

32

repositorio.upch.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Activo

