

## Comunicación del proyecto

Este punteo básico aplica tanto a la comunicación del proyecto global (contar de qué se trata, qué contenido voy a brindar, presentarme) como a la realización de piezas comunicacionales específicas que queramos hacer una vez que el proyecto ya esté caminando.

### 1) Etapa de producción de la pieza comunicacional

#### \*Detectar:

-Por qué tenemos ganas de llevar adelante este proyecto. El deseo que nos mueve.

Las formas, elementos, personas que lo harán posible pueden cambiar en el camino pero el horizonte hacia donde queremos llegar debe estar lo más claro posible. Quizás no es necesario comunicarlo de forma explícita en nuestras piezas comunicacionales pero es bueno tenerlo presente porque será lo que motorice todo lo que hagamos.

-Qué necesidades o problemas pretendemos atender con nuestro proyecto.

No significa que vamos a resolver un problema social pero sí pensar en qué aporte queremos realizar desde nuestros lugares.

-A qué público quiero llegar con mi pieza.

-Cuáles son los puntos más fuertes e innovadores del proyecto. Esos son los que vamos a resaltar cuando queramos resumir el proyecto en un minuto.

Ej. Quiero hacer un proyecto de comunicación que brinde información clara, concisa y basada en evidencia sobre el Chagas y detecté que no existe algo similar. O, si en la búsqueda previa encontramos que existe algo parecido, quizás mi innovación radique en la forma de comunicar (por ejemplo, utilizando música u otras formas de arte como herramienta para que mi contenido llegue a más personas).

-Cuáles son nuestros propios puntos fuertes o distintivos que tenemos para aportar.

Ej. Si además de científica, soy música, ver cómo puedo incorporar ambas facetas al servicio de mi proyecto. O si soy científica en el laboratorio y además realizo tareas de extensión con la comunidad, aprovechar el bagaje que me da el trabajo en territorio para detectar necesidades y construir mi aporte desde ahí.

#### \*Investigar:

-Realizar una búsqueda de información para nutrir el contenido de lo que vamos comunicar.

Nadia Luna

Sigo el ejemplo del proyecto de comunicación sobre Chagas: buscar datos sobre el porcentaje de la población que tiene la enfermedad, qué tratamientos existen, cuáles están en investigación, formas graves de la enfermedad, etc. De todo eso, separemos dos o tres datos que nos resulten interesantes y representativos de nuestro proyecto para usarlos en nuestra pieza comunicacional.

Para buscar información fiable, es importante ir a fuentes oficiales, como informes realizados por organismos de renombre, institutos de investigación y entidades gubernamentales; papers científicos; charlas de divulgación brindadas por expertos en el tema. Si tenemos dudas de la veracidad de la información que encontramos, chequearlo y contrastarlo con otras fuentes o consultar a especialistas en el tema.

\*Armar el guión:

-Bosquejar la estructura de lo que quiero contar.

Al igual que cuando quiero contar cualquier historia, es útil pensar un comienzo, desarrollo y final. Tanto el comienzo como el final tienen que ser dos momentos potentes: el primero para atraer la atención de quien está viendo/escuchando/leyendo; el segundo porque es la última imagen/frase que queda resonando en la cabeza del espectador/lector.

-Pensar qué reacciones quiero generar en el espectador/lector.

-Escribir el guión.

Pensar qué imágenes podrían acompañar mi relato. Si es algo escrito, pueden ser fotos. Si es algo radial, en vez de imágenes serán sonidos. Si es audiovisual o contenido para redes sociales, pensar qué tomas o escenas me gustaría mostrar a medida que el relato avanza.

El guión también nos dará el tiempo estimado de duración de la pieza.

-Si es una pieza audiovisual, planear las escenas a filmar. Para esto, pensar qué escenarios voy a usar (que sean viables), qué equipos tengo (hoy con un simple celular se pueden hacer muchas cosas), con qué recursos humanos cuento, si voy a grabar todo en el mismo día o voy a dividir el trabajo. Es bueno contar con algún micrófono, sobre todo al hacer entrevistas.

**Importante:** Si bien es importante definir bien las cuestiones relatadas anteriormente, tampoco hay que demorar demasiado en esta etapa. Es posible que nunca nos sintamos del todo listos para largar el proyecto pero hay que poner manos a la obra, echar a girar la rueda y ver qué va sucediendo en el camino.

## **2) Etapa de realización**

-Definir de antemano dónde voy a publicar mi contenido. Si es para youtube tendrá un formato horizontal, si es para redes como instagram o tiktok, será mejor grabar de forma vertical. De todos modos, si quiero usar el contenido en distintas plataformas, puede ser más conveniente grabar en horizontal y con buena calidad, cosa de poder adaptar el tamaño y la orientación en la posproducción.

-Algunos recursos que puedo usar:

\*Hablar a cámara.

\*Voz en off.

\*Entrevistas (a especialistas, protagonistas del proyecto, etc.).

\*Tomas de *insert*. Son imágenes que voy a mostrar para hacer más dinámico el video. En vez de estar hablando a cámara el minuto y medio que dura el reel, puedo dejar la voz en off y mostrar otras escenas representativas del proyecto o de lo que estoy contando. También puede servir para suplir alguna falla en la grabación original.

\*Imágenes de archivo. No es necesario que todo lo que mostremos lo grabemos nosotros, pero hay que tener cuidado con el copyright de las imágenes que usamos.

\*Infografías, gráficos, mapas, animaciones, stop motion.

\*Cámara lenta / cámara rápida. Zoom in / zoom out. Estos son efectos que pueden hacerse al momento de la realización o en la posproducción.

\*Variar los planos. Usar planos generales combinados con planos medios y primeros planos otorga una mejor conceptualización de lo que estamos contando. Además, le otorga mayor dinamismo al video.

## **3) Etapa de pos-producción y elaboración de la pieza final**

-Elegir el programa de edición. Según nuestros recursos y dónde publicaremos la pieza comunicacional, tenemos diversas opciones. Si queremos editar algo para redes sociales y queremos una aplicación gratuita, podemos usar apps como CapCut. Si queremos algo un poco más profesional, podemos invertir en un Adobe Premiere.

-Flexibilidad. Tratar de respetar el guión que armamos nos va a ayudar a ordenarnos pero también es bueno tener cierta flexibilidad de hacer modificaciones al guión previo a partir

Nadia Luna

de cosas que vimos al momento de la realización y que pueden ser más efectivas que lo que habíamos pensado previamente.

-Transiciones. Se puede jugar con este recurso e ir variando las transiciones entre tomas pero tampoco es bueno variar demasiado porque lo hace ver menos profesional.

-Efectos. Algunos efectos sencillos como el uso de cámara lenta/rápida o zoom funciona como un resaltador para las partes que quiero destacar.

-Agregar graphs y unificar la gráfica: es el texto que aparecerá en algunas partes del video. Por ej., para presentar un entrevistado, para poner el logo o slogan de nuestro proyecto. Para ello es importante pensar de antemano algunos aspectos de identidad visual: es bueno que los colores que usemos para los graph estén dentro de la paleta de colores que usamos en el logo de nuestro proyecto.

-Agregar subtítulos, sobre todo si es para redes sociales.

-Puede haber música de fondo o dejar el sonido ambiente. También se puede jugar con los silencios o acelerar la narración sacando los silencios cuando alguien está hablando.

-Antes de publicar la pieza, es útil compartirla con algunos amigxs, familiares y colegas para obtener un feedback de alguien externo. Seguramente aparezcan algunas ideas valiosas para sumar.