

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



El proceso creativo y ejecución de la Dirección de arte y
Dirección de sonido en el cortometraje “Ad Honorem”

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller
en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Comunicación
Audiovisual presentado por:

Pamela Andrea Ponce Garcia

Asesor:

Jose Adrian Portugal Teillier

Lima, 2021

RESUMEN

Ad Honorem es un *mockumentary* o falso documental (en español) que cuenta las experiencias vividas del trabajo virtual *ad honorem* que realizan Viviana y Vicente, dos practicantes universitarios que buscan convalidar sus prácticas pre profesionales y egresar de la universidad. Con este cortometraje se busca lograr los siguientes cuatro objetivos: retratar la nueva normalidad que muchos estudiantes viven al buscar empleo, profundizar las nuevas experiencias que viven los jóvenes en una cuarentena, narrar a nivel estético las experiencias de los practicantes a través de entrevistas y empatizar con muchos universitarios de Perú al mostrar dicha normalidad. Para ello, se estudió diversos referentes audiovisuales como *The Office* (EEUU), *Cómo hackear a tu jefe* y *Como en el cine*; y la teoría de la psicología del color establecida por Eva Heller para terminar de construir a los personajes principales con ayuda del guion, como la elección del color de su vestimenta y escenografía. Asimismo, en el rubro del sonido se empleó especialmente un sonido directo diegético con algunas excepciones de efectos de sonidos y el uso de canciones para apoyar a la generación de ambientes. Finalmente, se considera que el cortometraje *Ad Honorem* logra retratar la nueva normalidad que viven los jóvenes universitarios que trabajan en prácticas pre profesionales para poder egresar.

Palabras clave: mockumentary, falso documental, ad horomen, dirección de arte, dirección de sonido

ABSTRACT

Ad Honorem is a mockumentary that tells the lived experiences of *ad honorem* online jobs carried out by Viviana and Vicente, two university interns who seek to validate their pre-professional practices and graduate from university. This short film seeks to achieve the following four objectives: to portray the new normal that many students live when seeking employment, to deepen the new experiences that young people live in quarantine, to narrate the experiences of practitioners on an aesthetic level through interviews and to empathize with many university students in Peru by showing such normality. For this, various audiovisual references were studied such as *The Office (USA)*, *Cómo hackear a tu jefe* and *Como en el cine*, and psychology of color theory established by Eva Heller to finish structure the main characters with the help of the script, such as the choice of the color of their clothing and scenery. Likewise, in the area of sound, it was used especially in diegetic direct sound with some exceptions of sound effects and the use of songs to support the generation of environments. Finally, it is considered that the short film *Ad Honorem* manages to portray the new normal that young university students who work at pre-professional practices to graduate.

Key words: mockumentary, ad honorem, art director, sound design

Índice

1. Título del proyecto.....	1
2. Objetivos.....	1
3. Justificación	1
4. Investigación.....	2
4.1 Temas y conceptos	2
4.2 Referencias visuales	3
5. Estrategia comunicacional: análisis e identificación de un público o audiencia	3
6. Realización	4
6.1 Sinopsis del proyecto audiovisual	4
6.2 Desarrollo del guion	4
6.2.1 Perfil de personajes	4
6.2.2 Descripción del universo.....	6
6.3 Dirección de arte	6
6.4 Dirección de sonido.....	19
7. Reflexión final	20
8. Referencias bibliográficas	21

1. Título del proyecto

“Ad Honorem”, nombre que nació a partir de las desagradables experiencias laborales contadas por el equipo Ad Honorem para forjar una convivencia y, así, crear un proyecto audiovisual.

2. Objetivos

- Retratar la nueva normalidad que muchos jóvenes estudiantes pasan a la hora de buscar trabajo, y chocar con los abusos y falta de beneficios por parte de la empresa dentro de una pandemia global.
- A nivel temático, profundizar las nuevas experiencias y desgracias que los jóvenes estudiantes viven como practicantes dentro de una cuarentena.
- A nivel estético, narrar dichas experiencias a través de entrevistas a los participantes para conocer más sobre sus reflexiones, emociones y sensaciones por lo que han pasado.
- Empatizar con la realidad de muchos jóvenes de nuestro país que trabajan por la experiencia y hacerles sentir que es un problema de muchos, no solo de ellos.

3. Justificación

En medio de un contexto en donde varias personas han perdido su trabajo y es difícil conseguir un puesto laboral dentro de una empresa que cumplan con los derechos de sus trabajadores dentro de una pandemia global, el cortometraje “*Ad Honorem*” es un proyecto audiovisual enfocado sobre todo en los jóvenes universitarios que se encuentren en sus últimos

ciclos buscando prácticas para poder convalidarlas y así egresar de la universidad.

En mi opinión, la realización de este proyecto audiovisual es sumamente relevante porque muestra una realidad, que, si bien ya pasaba antes de la pandemia, ahora cuenta nuevas realidades dentro de la virtualidad laboral siguiendo patrones perjudiciales para los practicantes, creando una inestabilidad emocional por no obtener lo que en primeras instancias con tanta ilusión se espera por parte de un estudiante, luego de haber invertido aproximadamente 5 años de estudios universitarios.

Este proyecto, además, muestra dicha percepción de la realidad siguiendo este paso de ser totalmente virtual las horas de trabajo por la pandemia existente a la presencialidad precavida para los trabajadores, lo que hace más real y fácil identificarse a quienes estén pasando por dicho proceso.

4. Investigación

4.1 Temas y conceptos

El proyecto “*Ad Honorem*” está directamente inspirado en el formato “*mockumentary*” o falso documental y el género de ficción. Para ello, para la realización de este proyecto, se ha visualizado referencias de falsos documentales como ficciones.

Para comenzar, se debe explicar el término “*ad honorem*”, este es usado para caracterizar cualquier actividad que se lleva a cabo sin percibir ninguna retribución económica. Como menciona Mazzeti (2019), dicho término no queda reducido a la noción de empleo, sino que se entiende como toda actividad productiva sin salario o remunerado.

Debido al contexto en el que se desarrolla el proyecto audiovisual, que es la pandemia global, las reuniones laborales son a través del zoom, una plataforma digital para reuniones virtuales. Dicha modalidad cobra importancia mucho más que antes para hacer posible las entrevistas de trabajo, reuniones laborales para concretar ideas y acodar reuniones. Según Montalva (2020), el mundo virtual permite una rápida comunicación entre el emisor y el receptor; en dicha plataforma, las ideas, el texto y el discurso en la red se caracterizan por ser rápidos, asincrónicos o sincrónicos y muy flexibles para la comprensión comunicativa.

4.2 Referencias visuales

Entre nuestras referencias se encuentran:

- *The Office* (US) – 2005
- *Cómo hackear a tu jefe* – 2021
- *Como en el cine* – 2015

5. Estrategia comunicacional: análisis e identificación de un público o audiencia

La estrategia utilizada en este proyecto fue el hecho de querer conectar con una audiencia que se encuentra inmersa en una realidad igual o similar al grupo “*Ad Honorem*”.

Este es el caso de los estudiantes de comunicación audiovisual en sus últimos ciclos de universidad en busca de prácticas laborales en tiempos de pandemia. Como bien se sabe, la pandemia global ha traído desgracias a muchas familias, una de ellas, en el campo laboral, ha traído ciertas limitaciones a la hora de encontrar puestos de trabajos en el que se respete los derechos totales de un trabajador en una empresa formal. Por ello, Viviana y Vicente, dos personajes que representan a los

estudiantes de comunicación audiovisual que chocan con la terrible realidad y abusos de una empresa formal a la hora de realizar su trabajo.

6. Realización

6.1 Sinopsis del proyecto audiovisual

Viviana y Vicente son dos practicantes *Ad Honorem* en una empresa de turismo de forma virtual. Tras un anuncio dado por el gobierno sobre el regreso precavido a la presencialidad, Don Ignacio, jefe de esta empresa, decide que ambos protagonistas deben ir a grabar un spot en exteriores, junto con el jefe de área de comunicaciones, Reymundo. Evaluando los nulos beneficios que otorga la empresa y el peligro de exponer su salud en una época de pandemia, Vicente y Viviana tendrán que tomar una decisión que podría costarles la ansiada firma de prácticas que necesitan para poder egresar de la universidad.

6.2 Desarrollo del guion

6.2.1 Perfil de personajes



DON IGNACIO: Es el jefe de la empresa de turismo. Don Ignacio es un hombre de 60 años aproximadamente, dice estar muy ocupado para entenderse con sus empleados practicantes, por lo que se caracteriza por ser desconsiderado e indiferente con sus trabajadores al punto de no conocer sus horarios. Además, suele ser sinvergüenza a la hora de hablar y creer saberlo todo, al punto de menospreciar en parte el trabajo de los audiovisuales. Al hablar, se traba bastante y usa muchas muletillas.



REYMUNDO: Es el jefe del área de comunicaciones, aparenta de unos 29 años. A pesar de trabajar con Don Ignacio por casi 5 años, recibe menos del sueldo mínimo.

Reymundo se caracteriza por ser un personaje “optimista” o como se catalogaría en Perú, chupamedias, pues siempre está dispuesto a todo lo que le ordene Don Ignacio. Es un joven adulto con muchas ambiciones y buena presencia, pero ante la presencia de su jefe, se cohibe al punto de tener poco amor propio.



VICENTE: Joven de 24 años que culminó su carrera universitaria y trabaja en la empresa de turismo de Don Ignacio de manera ad honorem para poder convalidar

sus prácticas y egresar de la universidad. Se demoró 2 años en conseguir un puesto laboral. Vive solo, puesto que perdió a sus padres en un accidente. Tiene una vida económica favorable, pero actualmente el dinero se le está acabando. Es un joven que debido a la terrible situación que pasó con sus padres, oculta su tristeza con humor.



VIVIANA: Es una joven de 21 años, practicante ad honorem, entusiasta y apasionada por lo audiovisual, sobre todo la edición. Entró con mucho

entusiasmo a trabajar a la empresa de turismo hasta que chocó con la terrible realidad de no sentirse valorada. No le costó mucho conseguir el puesto.

6.2.2 Descripción del universo

El universo de este proyecto audiovisual se sitúa en dos tiempos de confinamiento de la pandemia global: cuando el trabajo era 100% virtual para las empresas y cuando ya está permitiendo la presencialidad de ser necesaria en algunas empresas. Asimismo, determinando dicho contexto, este proyecto está enfocado en las realidades de Vicente y Viviana, dos practicantes ad honorem que se chocarán con la terrible realidad de trabajar bajo la modalidad ad honorem debido a las limitaciones de encontrar un trabajo decente y que respete todos los derechos de los trabajadores de comunicación en una empresa formal.

6.3 Dirección de arte

Para la realización de la dirección de arte, me he basado en la psicología de colores que se encuentra presente en el imaginario colectivo occidental según la psicología de Eva Heller. Esto debido a que el color al ser un elemento cultural, aporta significado, sobre todo si tanto el emisor como el receptor tienen elementos comunes (Medina, 2011).

Dicha teoría del color está presente en los espacios más relevantes donde se desarrolla la historia, como las habitaciones de Vicente, Viviana y la oficina de Reymundo. Para ello, se ha estudiado mucho a los personajes según sus perfiles.

VICENTE

La habitación de Vicente luce como un espacio de un joven de una familia acomodada económicamente, desordenado, debido a la falta de una supervisión adulta, se podría decir, y un desinterés por parte

del mismo Vicente, debido a una situación personal como la pérdida de sus padres.



A dicha percepción para el personaje en cuanto a lo visual, se le combina con objetos de madera color marrón, que, según Heller (2008), en su libro sobre la psicología del color, el color marrón representa a la necesidad, crea una atmósfera negativa, corriente y anticuada. Este color, como se mencionó anteriormente están presentes en los objetos de madera como su ropero, cama, guitarras, mesa de noche, la cómoda y el escritorio.



A pesar de ello, se tiene que tener en cuenta que Vicente tiene un pasado, antes del fallecimiento de sus padres. En pantalla, este personaje oculta su tristeza con el humor, y hablando con el director del proyecto Ad Honorem, se conoce que este era un personaje sociable, por lo que cuenta con algunos artículos contemporáneos a él como el baby yoda, sus guitarras y sus galletas en forma de murciélago.

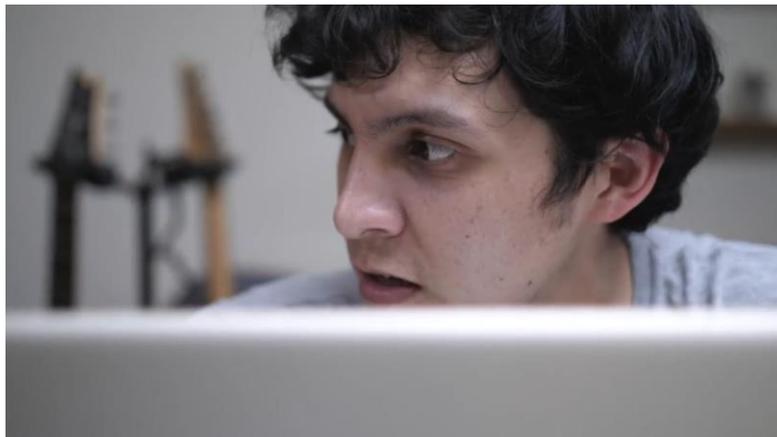


Asimismo, algunos de los objetos de adorno que se encuentran en su habitación son de colores vivos, lo cual se distingue de la atmósfera apagada de su habitación contando con unas paredes color crema amarillenta opacas.



En cuanto al vestuario, se definió la teoría del color en cuatro etapas: pre pandemia, entrevista de trabajo, trabajo desde casa y entrevista. Entender estas cuatro etapas de Vicente me ayudó mucho a la elección del color de las prendas y lo que iba a usar.

Pre pandemia: Un polo de color gris, lo cual representa el color de lo aburrido, pero también de la experiencia y sabiduría. Representa tristeza y tiempo de reflexión. Para la parte de abajo, unos pantalones de algodón conocidos como *jogger* de color negro.



Entrevista del trabajo: Una camisa manga larga descuidada y sin abotonarse hasta el cuello de color gris y para la parte de abajo unos shorts de casa, usada como pijama, de cuadros y de color azul con negro. El azul representa el color de la reflexión, locura y de una

realidad lejana, dicho color acompañado del negro, que representa el color de la negación y del duelo.



Trabajo desde casa: Vicente en esta etapa sigue desganado por su situación actual, el trabajo no le provee la satisfacción que debería puesto que también es representado de colores opacos y oscuros como el verde militar para la parte de arriba y un pantalón negro de algodón para casa. El verde, según la psicología de Eva representa el color de la esperanza, saludable, pero también venenoso. Sin embargo, al ser este un verde oscuro se direcciona más a la tragedia con el estado emocional de Vicente.





Entrevista: En esta etapa, Vicente se rebela y opta por no ir a la reunión presencial con Reymundo. Está harto de trabajar para personas que no lo valoran por lo que la elección de vestuario se optó por una camisa juvenil varonil, abierta el cuello y de color azul marino con franjas mostazas. Este azul lejos de representar la locura Vicente, representa un estado de serenidad, verdad eterna e inmortalidad.



Visualmente, Vicente pasa de ser un joven descuidado en su imagen personal a lucir mucho más vivo y activo en su apariencia.

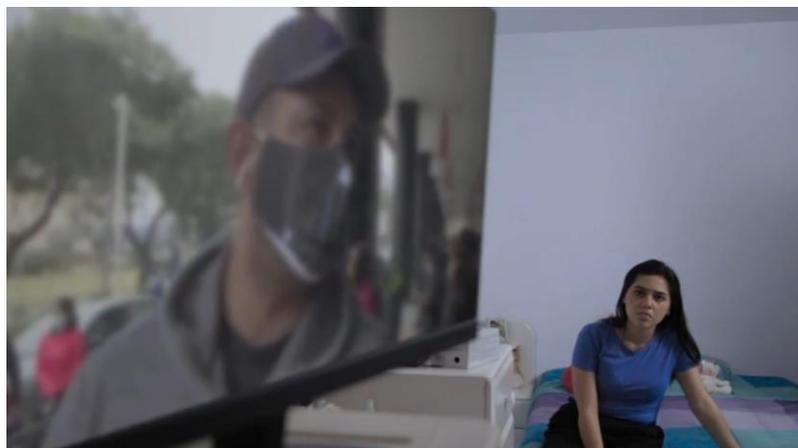
VIVIANA

La habitación de Viviana transmite paz, y de ser una joven tranquila y ordenada. Muy distinta a Vicente. En esta habitación, ella no solo duerme, sino que es la habitación en donde vive, por lo que está ambientada con diversos objetos que representan un hogar. En la

distribución de los objetos se podrá encontrar una cama, una mesa de noche, una cómoda de melamina color blanco, un frigobar, una TV, entre otros.



Lo importante de su habitación fue resaltar el espacio donde ella vive y mostrar su condición económica. Según el guión, ella es una chica de provincia por lo que recibe encomiendas, así que la distribución de objetos también cumple con dicha evidencia. Ella es una joven apasionada, dulce y centrada por lo que su habitación cuenta con un pequeño peluche en medio de su cama con una funda colorida por colcha. Como menciona Medina (2011), el espacio escénico debe transmitir todo lo que se dice explícitamente. Y, crear un mundo emotivo bajo el cual transmitir el mensaje (Zurro, 2015).





Así que, mi deber fue crear este mundo emotivo de acuerdo a la personalidad de Viviana. Como había mencionado antes, Viviana es una joven muy distinta a Vicente, en primeras instancias, pero después sufre una decepción: se chocó con la terrible realidad laboral. En el estudio de su personaje, me di cuenta que ella tiene 3 etapas: entrevista laboral, trabajo desde casa y entrevista. Estas tres etapas me ayudaron para elegir el material y color elegido para el personaje.

Entrevista de trabajo: Ella viste de una chaqueta color beige con una blusa semi rosa y un *jean* oscuro en la parte de abajo. Este color rosa representa los sentimientos positivos, además de simbolizar la amabilidad, encanto e ilusión.



Trabajo desde casa: Ella viste un polo de algodón color acero. Este color es vivo por lo que representa que aún mantiene su pasión y el gusto por lo que hace. También se asocia al color de la fantasía. La segunda prenda es una chompa de lana color plomo, este color, como

se había mencionado, representa lo aburrido. El tercer color elegido es de una chompa de lana color roja con negro, este color representa el de las revoluciones, un color fuerte e impulsivo, combinado con el color negro, que le da un significado más potente y agresivo. En ese momento, Viviana está harta de su situación laboral por lo que decide mentir a Reymundo.





Entrevista: Ella viste de un color muy potente como es el violeta como blusa sin mangas. Este color representa la sensualidad y espiritualidad. Es un color profundo y se relaciona con la experiencia. En esta etapa, Viviana se rebeló y dejó el trabajo que tanto soñaba tener en primeras instancias.



Visualmente, Viviana pasó de ser una joven madura, responsable e ilusionada con el puesto de trabajo que había obtenido a seguir siendo una joven madura, responsable, pero a priorizar su salud mental a seguir en un puesto de trabajo donde no la valoraban. En mi opinión, más decidida y fuerte, se chocó con la realidad, pero no dejó sus buenas costumbres a un lado, sino que las potenció.

REYMUNDO

Reymundo es el jefe del área de comunicaciones por lo que debe lucir a la altura. Tiene buena presencialidad y cuida su imagen. Aparenta ser lo que quiere llegar a ser, su propio jefe. Su personaje me resultó un poco más complicado de entender, puesto que comienza siendo un hombre ambicioso y recto, energético y optimista para terminar luciendo parcialmente cómico ante la situación de ser plantado. Su personaje se desarrolla en su oficina, espacio ordenado y que transmite paz. Dicho espacio representa la seguridad y el orden que Reymundo quiere mostrar y alcanzar.

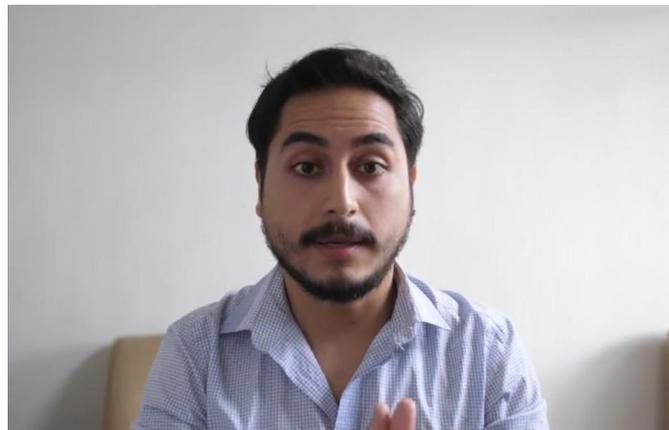


Para mí, él pasa por 3 etapas: La entrevista de trabajo, trabajo desde casa y viaje a las Lomas.

Entrevista de trabajo: Reymundo viste de una camisa manga larga con cuello color celeste claro y una corbata de cuadritos color rojo. Dicha vestimenta le hace lucir elegante y apropiado para ser el evaluador de una entrevista de trabajo. El color celeste representa el color de lo ameno y el color rojo de la corbata con diseño, le hace lucir más abierto a distintas posibilidades, optimista; todo ello sin dejar de ser formal.



Trabajo desde casa: Reymundo luce de una camisa manga larga, cuello abierto, desabotonado, color celeste de un tono más oscuro, a cuadritos. En ese momento a Reymundo se le puede sentir presionado porque se va a conectar a la reunión de zoom Don Ignacio, pero el color utilizado representa lo jovial y soñador que puede ser Reymundo en su interior. Otro color que usa en esta etapa es el azul a cuadros, nuevamente manga larga y cuello desabotonado, este color representa en esta ocasión la lejanía de una fantasía, de ilusión a algo.





Viaje a Las Lomas: Reymundo luce más casual puesto que es un viaje al cerro. Carga consigo un pantalón drill color plomo, un polo gris suelto, una casaca cortavientos azul marino y un canguro color verde pastel. Esta combinación de colores hace lucir a Reymundo una persona seria, pero amante y soñador por un objetivo.





En mi opinión personal, de manera visual, Reymundo luce como una persona formal, pero jovial al mismo tiempo cuando está con los practicantes, sobre todo. A excepción de la última escena de Las Lomas, que, aunque parezca alguien serio y jovial de acuerdo a la paleta de colores, este personaje ha dejado el traje. En general, Reymundo es un personaje que persigue un objetivo y no cambia hasta el final, de manera visual, puesto que, en todo momento mediante la virtualidad, se presenta como alguien que debe estar en su puesto de trabajo de oficina. Pese a que después pasa a la presencialidad, el orden y rigidez del personaje se mantiene en parte, pese a la paleta de colores usada.

6.4 Dirección de sonido

Debido al formato *mockumentary* o falso documental que se utiliza para este proyecto, decidí que el sonido suene natural y sea casi completamente diegético con algunas excepciones. Para la grabación de audio de los diálogos y salvajes, se grabó con una grabadora digital de audio Zoom F8, los audífonos marca Sony mod. MDR - 7506, un micrófono *shot gun Neuman* KM185, la caña de aluminio, el porta vientos y el micrófono pechero inalámbrico marca *Senheiser* mod. EW - 112P., que proporcionó la universidad al equipo “*Ad Honorem*”.

En el cortometraje, hay voces en *off* por lo que también fueron grabadas del mismo modo. A los personajes se les grabó con la grabadora mencionada y el pechero inalámbrico por lo que iba a tener dos fuentes de sonido a la hora de la edición de sonido. Dado que en las escenas grabadas aparece un personaje por escena, me fue demasiado útil debido a que solo contaba con un pechero.

Este es un cortometraje con un universo virtual, por tal motivo, se usó el sonido de la cámara en las escenas de reuniones de zoom para diferenciar a las demás escenas en el que los personajes se encuentran en sus respectivos espacios en la vida presencial. Asimismo, hay escenas en el que se usó el efecto de llamadas o mensajes de voz por lo que se jugó con la ecualización en el programa de *Audition* para crear tal efecto.

Además, como recursos no diegéticos, se utilizó algunos sonidos para descargar como propuesta del diseño de sonido como en la primera escena que sale pantalla negra y se escucha el sonido de alguien jalando una silla, sentándose y abriendo la laptop; el sonido de mensajería instantánea, el *click* del mouse y el timbre de llamada.

Este cortometraje, si bien quiere retratar una realidad frustrante para dos practicantes audiovisuales, cuenta con una musicalización amena, dinámica y revolucionaria, sobre todo en la última escena de la entrevista de Vicente y Viviana, elegí una música indie para connotar una atmósfera de liberación.

7. Reflexión final

A manera de cierre, puedo concluir que me encuentro satisfecha con el proyecto realizado junto a mi equipo de trabajo, fue útil los equipos proporcionados por la universidad y aportaron para una mejor realización

del sonido. Al inicio, fue un poco complicado como grupo no poder comenzar el ciclo con una idea, pero conforme fue pasando las semanas, nos íbamos conociendo cada vez más de acuerdo a las pláticas que dábamos a la hora de las prácticas con el fin de conocernos más como grupo y concretar una idea como proyecto audiovisual. De tal manera, cada uno fue contando sus experiencias de trabajos y fue muy cómico tener en común que cada uno había pasado por experiencias similares y desagradables en el trabajo, y que los trabajos obtenidos no todos eran en relación a las comunicaciones, sino que uno también puede ser estudiante universitario y trabajar en un Starbucks como atención al cliente dado las limitaciones laborales, que en el Perú existen, y con las que se chocan muchos estudiantes universitarios.

El tema desde mi área lo desarrollé en la dirección de arte y director de sonido, también trabajé en lo que es la edición de sonido y musicalización.

8. Referencias bibliográficas

Heller, E. (2008). *Psicología del color*. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/stein/wp-content/uploads/sites/734/2019/02/Psicologia-del-color.pdf>

Mazzetti, M. (2019). Las experiencias de los estudiantes que desempeñan prácticas ad – honorem: Importancia de las interacciones profesores – alumnos en el desarrollo de competencias.

Medina, D. (2019). *El color como elemento enunciativo en el audiovisual de ficción: Drive (2011)* <https://www.aacademica.org/000-111/806.abstract>

Montalva, A. (2020). Los desafíos de la comunicación virtual en tiempos de pandemia. *Cultura*, 34, 69-76.

https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_desafios-comunicacion.pdf

Zurro, B. (2015). La creación de identidad visual como elemento comunicativo. <https://riunet.upv.es/handle/10251/63830>