ELABORACIÓN DEL

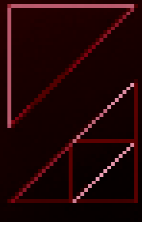
VIDEO INSTITUCIONAL

DE LA ASOCIACIÓN MAYA UK'U'X B'E

Universidad de San Carlos de Guatemala • Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico • Especialización Multimedia
Martha Alicia Chávez Juárez • 200219653

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Guatemala Noviembre 2008



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

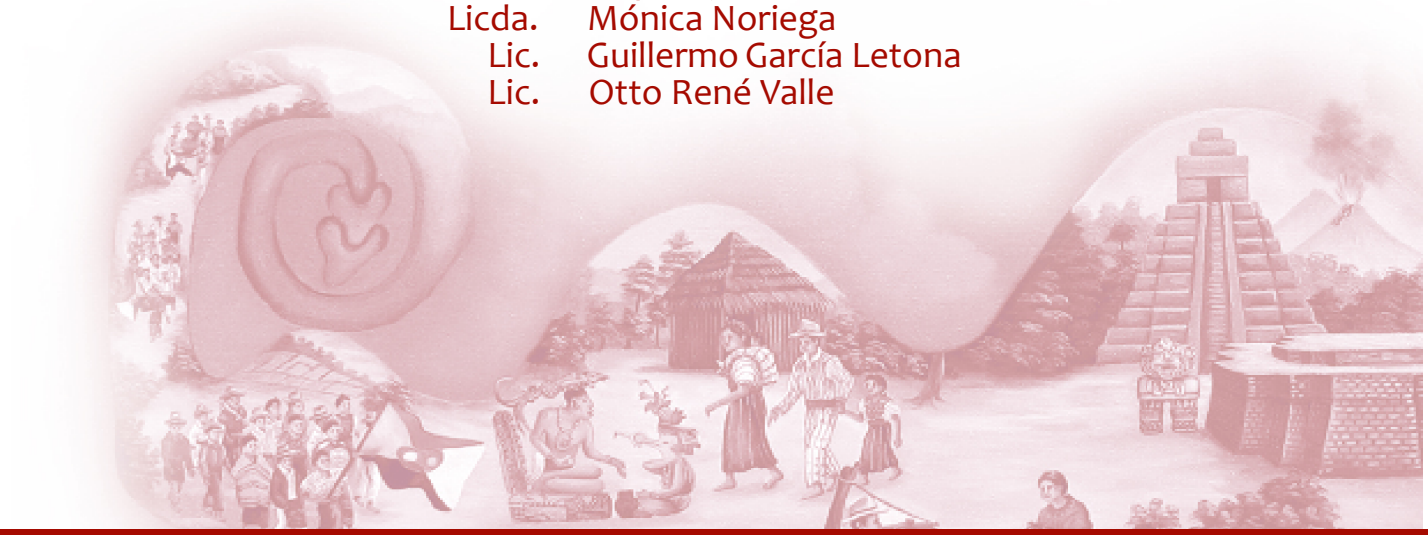
Nómina de Autoridades

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Vocal I	Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
Vocal II	Arq. Efraín De Jesús Amaya Caravantes
Vocal III	Carlos Enrique Martini Herrera
Vocal IV	Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano
Vocal V	Br. Juan Diego Alvarado Castro
Secretario	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Director de la escuela de Diseño Gráfico	Arq. Manuel Yanuario Arriola Retolaza

Tribunal Examinador

Decano Arq.	Carlos Enrique Valladares Cerezo
Secretario	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Licda.	Mónica Noriega
Lic.	Guillermo García Letona
Lic.	Otto René Valle



ELABORACIÓN DEL VIDEO INSTITUCIONAL
ASOCIACIÓN MAYA UK'U'X B'E
PROYECTO REALIZADO EN LA CIUDAD DE GUATEMALA EN NOVIEMBRE DE 2008

Martha Alicia Chávez Juárez / carné 200319653

AGRADECIMIENTOS /

Al Creador Y Formador

ELABORACIÓN DEL VIDEO DOCUMENTAL
DE LA ASOCIACIÓN MAYA UK'U'X B'E
PROYECTO REALIZADO EN LA CIUDAD DE GUATEMALA EN NOVIEMBRE DE 2008

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 / Notas Introductorias 7

1.1 Antecedentes 8

1.2 Problema 10

1.3 Objetivos 12

CAPÍTULO 2/ Marco Referencial 13

2.1 Sobre el Contexto 14

2.2 Sobre el Grupo Objetivo 22

2.3 Sobre la Temática 23

CAPÍTULO 3/ Propuesta Gráfica 41

3.1 Dimensión Conceptual 42

3.2 Dimensión Ética 45

3.3 Dimensión Funcional 47

3.4 Dimensión Estética 49

3.5 Concepto Creativo 50

3.6 Estrategia de Comunicación 50

3.7 Primer y Segundo nivel de Graficación 51

3.8 Jerarquización y Selección de la Propuesta Final 56

CAPÍTULO 4/ Validación de la Propuesta 66

4.1 Validación del Grupo Objetivo 67

4.2 Validación con especialistas Multimedia 70

4.3 Validación a Especialista en el tema 72

CAPÍTULO 5/ Propuesta Operativa 75

5.1 Plan de Medios 76

CONCLUSIONES 77

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA 79

GLOSARIO 83

ANEXOS 87

PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

En los últimos tiempos se ha dado un despertar de la identidad cultural de los grupos mayas, lo cual se refleja en el reconocimiento y en la participación dentro de la sociedad por medio de diversas organizaciones.

En el departamento de Chimaltenango se encuentra la sede de la Asociación Maya Uk'u'x B'e, la cual es una organización comunitaria, interesada en la formación capacitación y recreación de los valores del pueblo Maya, que inicia sus actividades en el año 2003, básicamente en el área lingüística Kaqchikel.

Este proyecto llena un espacio vital en la identidad de la asociación y pretende apoyar y fortalecer el trabajo político de la misma, así como promover las acciones y su crecimiento mediante un video institucional que respalde las actividades y presente de forma completa el trabajo realizado y la razón de ser de la Asociación. Fue elaborado en base a la necesidad que la Asociación tiene de presentar ante la sociedad la labor que realiza de formación, reconstitución y transformación de la sociedad guatemalteca, desde los valores que los abuelos y abuelas practicaban.

Capítulo 1

NOTAS INTRODUCTORIAS

NOTAS INTRODUCTORIAS

1.1 ANTECEDENTES/

1.1.1 PERFIL DEL CLIENTE

La Asociación Maya Uk´u´x B´e como equipo fundador ha iniciado procesos de fortalecimiento y gestión organizacional, formación Maya, organización comunitaria e investigación y sistematización de conocimientos del Pueblo Maya desde el año 2003, en el área lingüístico Kaqchikel, en los municipios de Tecpán Guatemala, San Juan Comalapa y San Martín Jilotepeque del departamento de Chimaltenenango. Así mismo coordina con distintas organizaciones para fortalecer el trabajo a nivel local, regional y nacional que siguen contribuyendo al fortalecimiento del trabajo comunitario. Se han organizado encuentros juveniles a nivel municipal, departamental y nacional, así como la producción de distintos documentos y la producción y difusión de programas radiales.

Visión

Es una organización de personas y comunidades Mayas con capacidad de interlocución con distintos actores sociales y estatales a nivel nacional e internacional, creando y promoviendo una corriente política por la reconstitución del Mayab' Tinamit, que contribuye al fortalecimiento del proyecto político maya.

Misión

Con sustento en la Cosmovisión y Cultura Maya, contribuye a la formación intergeneracional del liderazgo maya para la reivindicación y el ejercicio de los derechos históricos del Mayab' Tinamit.

Objetivos Generales

Fortalecer las capacidades de incidencia política de líderes y lideresas jóvenes por la defensa de los derechos colectivos del Pueblo Maya.

Objetivos Específicos

Crear las bases de una escuela de formación política que responda a las necesidades de las y los jóvenes. Facilitar espacios de participación, organización e incidencia de los jóvenes Mayas en el ámbito internacional con propuestas concretas en la agenda local, nacional e internacional de la juventud y de los Pueblos Indígenas.

Educativo: Contribuir a transformar el sistema educativo y formativo oficial conociendo y recreando los valores y principios mayas mediante los elementos culturales de identidad de la niñez y la juventud que en el futuro serán los impulsores de estos valores dentro de los esfuerzos para un desarrollo integral.

Salud: Lograr la sensibilización, capacitación y recuperación de la medicina Maya y contribuir en el restablecimiento de la salud comunitaria.

Formación: Aportar a la transformación de la sociedad Guatemalteca, mediante la construcción de un nuevo enfoque de educación.

Investigación: Recuperar y recrear formas propias de acceder al conocimiento basado en elementos de la cosmovisión y cultura Maya.

Comunicación: Fortalecer en la población maya sus principios y valores, recreándolos y difundiéndolos a través de medios radiales, formando a su vez comunicadoras y comunicadores Mayas para producir y difundir contenidos con principios y valores Mayas. La cobertura geográfica del proyecto radial abarca tres áreas lingüísticas: k´ich´e', tzutuhil y kaqchikel principalmente en los departamentos de Sololá, Totonicapán, Quiché y una parte de Quetzaltenango. Elaborar y distribuir distintos documentos y materiales escritos sobre el Pueblo Maya, para la formación y difusión de los conocimientos.

1.2 PROBLEMA /

1.2.1 ANTECEDENTES

El pueblo Maya ha resistido las distintas etapas de colonización con diferentes grados de discriminación, racismo, pérdida de elementos históricos, científicos e inventos y creaciones Mayas, esto ha llevado a adoptar modelos enajenantes, excluyentes, con contenido ajeno y ha intentado afectar la autoidentificación, por ello es urgente la necesidad de recuperar y reconstruir los derechos de los pueblos Mayas.

En estas condiciones, la misión de Uk´u´x B´e es de mediano y largo plazo basada en la acumulación de una trayectoria en el trabajo con la niñez, juventud y adultos para reconstruir el tejido intergeneracional del Pueblo Maya y en el que siempre se han reconstruido los elementos de tradición oral, equidad de género, cosmovisión Maya y la salud mental y fortalecimiento de liderazgo, para elevar la capacidad de participación como pueblo con raíces milenarias.

En el planeamiento de la necesidad primordial de potenciar el espacio de comunicación y difusión, se expuso como una debilidad la falta de material audiovisual que dé a conocer y proyecte de manera pertinente la labor en los distintos ámbitos de la Asociación Maya Uk´u´x B´e. En este marco se realizó un estudio y evaluación en consenso donde las y los directivos de la asociación concluyen que el medio más funcional para satisfacer esta necesidad, es la creación de un video institucional.

1.2.2 JUSTIFICACIÓN

Magnitud: La Asociación Maya Uk´u´x B'e se beneficiará con el aporte del video institucional, dado que este facilitará el medio para dar a conocer de manera directa la naturaleza de la asociación, así como su visión, misión y objetivos desde sus diferentes ámbitos y espacios de formación y proyección comunitaria. Apoyará visualmente en un cien por ciento, ya que no se cuenta con ningún material de este tipo.

Trascendencia: Por medio del video institucional aunado al impacto que genera la comunicación audiovisual, la Asociación Maya Uk'u'x B'e, sistematizará de manera visual su experiencia organizativa, formativa y metodológica, ampliará de manera eficaz la difusión de su trabajo, se facilitará las relaciones comunitarias e interinstitucionales, servirá como soporte audiovisual para presentar su trabajo ante distintas instancias nacionales e internacionales.
Se plantea a la sociedad un trabajo realizado desde el punto de vista de las raíces históricas, promoviendo en ellos la concientización, participación y acción ante los conflictos actuales a los que está sometido el pueblo maya, sensibilizando a la sociedad ante los derechos del pueblo maya. Se promueve el interés en apoyar la recuperación de sistemas organizativos propios del pueblo Maya.

Vulnerabilidad: Aportar a la reivindicación de los derechos históricos del Maya'b Tinamit desde el apoyo en la creación del video institucional de la asociación, enfocado a satisfacer las necesidades de comunicación y difusión, haciendo uso de nuevas tendencias y manejo de conocimiento digital y audiovisual en cuanto al uso de fotografía, tomas, iluminación y edición, adquiridos a lo largo de la carrera.

Factibilidad: Para llevar a cabo la creación y elaboración del video institucional se requiere básicamente de un equipo técnico adecuado y disponibilidad por parte de la asociación para facilitar el material y la documentación que servirá de soporte y apoyo, afortunadamente la Asociación Maya Uk´u´x B'e, cuenta con este equipo y con la disponibilidad necesaria. Como un elemento a favor se tiene también el bajo costo en cuanto a reproducción y publicación, lo que se puede realizar sin la necesidad de un presupuesto elevado.

1.2.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El problema identificado es la falta de material audiovisual que proyecte y difunda las actividades y la labor que la Asociación Maya Uk´u´x B'e realiza para el fortalecimiento y reconstrucción de programas que fomentan la interacción entre niños, jóvenes y adultos de los Pueblos Mayas.

1.2.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El proyecto especifico será un video institucional que contendrá actividades que realiza la asociación maya Uk'u'x B'e, dentro de la cede, en el departamento de Chimaltenango y fuera de ella, en los departamentos de Quiché, Sololá, Totonicapán y Quetzaltenango donde se realizan talleres o actividades que incluyen los programas radiales, la escuela de formación y las actividades que se lleven a cabo durante el periodo de la elaboración de dicho video.
Esto con el apoyo y la participación del equipo de formación, así como de los participantes de cada actividad, niños, jóvenes y adultos de las distintas comunidades.
Además se contará con material que la Asociación aporte de actividades ya realizadas y documentadas, que puedan ser utilizadas para lograr los objetivos planteados.

1.3. OBJETIVOS /

1.3.1 Objetivo General

Realizar un video institucional informativo, capaz de captar la atención del grupo objetivo, que fortalezca la imagen de la Asociación, facilitando la divulgación, difusión y proyección de la labor de Uk´u´x B´e, en cuanto a formación, investigación y movimiento político Maya, así como su filosofía, sus objetivos, actividades y sus distintos espacios de formación, tanto en el ámbito nacional como internacional.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Propiciar el intercambio a nivel de formación.
- Propiciar el intercambio a nivel metodológico.
- Promover el acercamiento al Pueblo Maya.
- Promover el fortalecimiento de la identidad.

Estos objetivos podrán ser alcanzados mediante el buen uso que la asociación le dé al video institucional, llevando a cabo las recomendaciones en cuanto a estrategia de comunicación.
Para la verificación de los objetivos específicos, se deberá realizar una validación después de un periodo de tiempo definido por la asociación.

Capítulo 2

MARCO REFERENCIAL

MARCO REFERENCIAL

Marco contextual y análisis de audiencia

2.1 SOBRE EL CONTEXTO /

2.1.1 LOS MAYAS

Entre las sierras, tierras altas y selvas tropicales de Guatemala surgió hace cerca de 12,500 años la cultura Maya. En su manifiesto actual, es una de las culturas más antiguas de la humanidad y aún se mantiene viva en este siglo XXI. Sus conocimientos acerca de los diferentes campos de la vida del ser humano mantienen su vigencia, a pesar de su antigüedad, porque proporcionan grandes y útiles enseñanzas acerca de: Convivencia y armonía con la naturaleza, conservación del medio ambiente, gastronomía nutritiva, sistema jurídico armónico, idioma significante, artes muy desarrolladas, pedagogía experimental, astronomía, escritura y literatura, matemática vigesimal, valores para la vida y el trabajo, realización personal y colectiva y espiritualidad de realización.

La historia del pueblo Maya es talvez la que más controversia ha causado, los mismos eruditos, historiadores, arqueólogos, no se ponen de acuerdo, y las investigaciones no han arrojado mucha luz. A su vez el trópico presenta condiciones adversas. La espesa vegetación y condiciones climáticas, la formación geológica, el terreno calcáreo, la humedad y lluvias constantes no ayudan en la preservación y búsqueda de vestigios. Esta extraordinaria civilización pasó desapercibida para la Europa hasta el siglo XVIII. En realidad, aunque ahora se cuenta con una avanzada tecnología, los Mayas del periodo clásico siguen siendo un misterio. Poco se ha avanzado y más se ha especulado sobre la realidad. Según investigadores, el mundo Maya surge como una civilización, estas personas sitúan al inicio de la civilización Maya hace apenas unos 2,500 a 3,000 años distribuidos en periodos: Preclásico 1300 A.C. al 300 D.C., Clásico 300 D.C. al 900 D.C., Post clásico 900 D.C. al 1300 D.C. (algunos lo extienden hasta la invasión española). El conteo del tiempo para los mayas era casi una obsesión. Crearon diferentes calendarios, en ese sentido uno de los que aún se utiliza es el llamado de cuenta larga.
Lo que ha sobrevivido de la tradición es la espiritualidad, que tiene un puntal de manejo con el Cholq'ij. Existen en Petén ancianos que aún leen la escritura (jeroglíficos) de los antepasados y hay un buen número de libros secretos (códices) que se conservan en el nororiente y otros poblados. (Barrios C. 2004).

Economía: La base de la economía Maya fue la agricultura de roza en campos de cultivo o milpas, sembrando, con la ayuda de palos aguzados, principalmente maíz, calabaza, ají y frijoles. Se trabajaba cuatro meses al año y producto de la erosión, las tierras debían rotarse constantemente. Además, recolectaban gran cantidad de vegetales y frutos silvestres, cazaban animales salvajes, extraían miel de colmenas y pescaban en el mar, lagos y ríos. Como los recursos eran diferentes en cada región, el intercambio jugaba un papel fundamental. (Chirix Sotz M., Cusanero Elías J., Noj Pablo J. 2003)

Arte: Los mayas desarrollaron un estilo único y con una complejidad que suele compararse al barroco europeo. Representan al ser humano de forma muy realista y con correctas proporciones anatómicas, en poses naturalistas y con énfasis en el movimiento. Los principales temas de su arte fueron lo sagrado, lo ritual y lo jerárquico, aunque también hay escenas de la vida diaria y la fauna local, como el mono, tapir, jaguar, murciélago, quetzal, peces y tortugas. La piedra era una de las materias primas más usadas, con ellas se construyeron edificios y se tallaban estelas, esculturas y diferentes bajos y sobre relieves que adornaban las construcciones. En arquitectura introdujeron la estela-altar, el arco y la falsa bóveda. Además del arte monumental, la estética personal también era importante y por ello hacían adornos de jade, como orejeras, pendientes, collares y máscaras, se deformaban los cráneos y narices y se colgaban un adorno en la frente para quedar turnios. Su alfarería decorada con pinturas y grabados ofrece muchas de las más finas piezas de arte precolombino, siendo sus formas más frecuentes los vasos, las escudillas y los incensarios. Los primeros, habitualmente, contienen textos escritos con el sistema de glifos que desarrolló esta cultura. (Chirix Sotz et. al.)

Organización Social: La sociedad Maya era altamente estratificada, dividiéndose con el tiempo en tres grupos básicos: una aristocracia gobernante que manejaba el conocimiento y ocupaba los más altos cargos políticos, religiosos, económicos y militares; un estrato medio conformado por artesanos especializados en la elaboración de objetos de lujo para la aristocracia y los sacerdotes; y el campesinado, que no sólo eran los principales productores de alimento, sino quienes se dedicaban a la construcción de los grandes edificios, cuando no trabajaban la tierra. Desde el punto de vista político estaban organizados en distintos estados independientes, aunque la fuerte interacción entre ellos permitió conformar cierta homogeneidad en el territorio que hoy identificamos como el mundo de la cultura Maya. (Chirix Sotz et. al.)

Culto y Funebria: El culto fue fundamental en los mayas, ya que concebían el mundo terrenal y sobrenatural, inferior o de tinieblas y superior o celestial, como una unidad en que seres humanos, deidades, animales y vegetales, estaban estrechamente ligados por el destino desde su nacimiento. Es por ello que acudían a los grandes centros cívico-religiosos en busca del horóscopo y ofrendaban sangre de las yemas de sus dedos, de los lóbulos de las orejas o de la lengua, la que era depositada en los altares erigidos frente a las estelas. El panteón era amplio, destacando el dios creador Hunab – Ku y el dios de la Noche que habitaba el inframundo Ah Puch . Además, veneraban al Sol, la Luna, Venus y otros cuerpos celestes y fenómenos como la lluvia, cuyo representante es Chaac. Por otra parte, existían dioses tutelares de los distintos grupos sociales y especialistas, como Kukulcán , la Serpiente Emplumada, asociada a la clase dirigente y Ek Chua, vinculado con los comerciantes y productores de cacao. Al morir, el individuo podía, dependiendo de sus méritos, ir a descansar eternamente en alguno de los cielos, bajo la frondosa sombra de la Ceiba, o bien, padecer permanentemente los tormentos del hambre y el frío en el oscuro inframundo. Si era campesino, se le enterraba en los alrededores de la choza donde había fallecido; si era noble, se le incineraba y sus cenizas eran depositadas en urnas, dentro de bóvedas subterráneas. Si era un gobernante se le construía un templo piramidal como sepultura. (Chirix Sotz et. al.)

2.1.2 LA COLONIA Y LA SEGREGACIÓN

La ideología de la segregación nace en el marco de constitución del Estado colonial, y justificó mantener apartados a un amplio sector de la población en "pueblos de indios", de este momento incluso provienen muchas de las unidades políticas locales actuales –municipios principalmente. Por otro lado se trataba de un estado fuertemente ligado a la iglesia, por lo que la religión fue un campo amplio de intervención. Surgió una concepción acerca de las jerarquías de la sociedad. Era una ciudad estamental, es decir, la gente pertenecía a colectivos sociales concretos con derechos y deberes diferenciados, y éstos debían permanecer separados y en distinta posición dentro de la estructura social.
La desigualdad estaba asociada a la diferencia étnica de forma jurídica. Existía una República de Españoles, formada por los colonizadores y sus descendientes, los criollos, y eran representantes del poder imperial. Establecían dominio sobre la República de Indios, como una identidad reconocida pero en situación de subordinación.
Con el tiempo fueron apareciendo los mestizos, un tercer elemento no previsto, y que terminaron encontrándose por debajo de criollos y españoles, pero por encima de los "indios", y que en las subsiguientes etapas de la historia se convertirían en uno de los grupos actores centrales de las relaciones interétnicas en el país.
Alrededor de esta institucionalidad colonial se erigió una ideología étnica segregacionista, con argumentaciones netamente racistas, en ella la blancura de la piel constituyó un signo de superioridad moral, espiritual e intelectual, rasgo que correspondía a la República Española, en tanto que los "indios" eran considerados una especie de "minoría de edad" que los hacía indignos de derechos y condiciones de ciudadanos.
Se pensaba en la sociedad española y la unidad política en esos términos: por un lado los "indios" y por el otro los blancos, en esta estructura la única relación posible era la de explotación económica. (Bastos S., Cumes A., y Lemus L. 2007)

2.1.4 ECONOMÍA EN GUATEMALA

La población de Guatemala está conformada por 11.2 millones de habitantes pertenecientes a cuatro pueblos: Maya, Garífuna, Xinca y Ladino. Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares (ENIGFAM 1998) establece que el 48.6 de los habitantes del país son Mayas; no obstante la estadística más utilizada es el 60 . De acuerdo a la FAO Guatemala tiene el 69 de habitantes mayas. Posee además una diversidad cultural expresada en 22 comunidades lingüísticas mayas, una comunidad Xinca, una comunidad Garífuna y el Español.
El cultivo comercial más importante es la caña de azúcar, que en 1998 superó los 18,2 millones de toneladas anuales; también destacan el banano, que se cultiva en plantaciones situadas en el valle del Motagua y cerca del mar Caribe, y el café, que se obtiene de las vastas extensiones de las plantaciones que se encuentran a lo largo de la vertiente sur de las montañas, que actualmente está sufriendo una crisis debido al comportamiento desfavorable del mercado internacional. Otros productos son: maíz, tomate, frijol, sorgo, algodón, arroz, trigo y papa, todos ellos para consumo local, al igual que el ganado vacuno, porcino y ovino, así como aves de corral. El desarrollo de la producción de ganado vacuno, particularmente en las haciendas cercanas al Pacífico, permitió que en 1998 se alcanzara la cifra de 1.768.800 cabezas.

A partir de la II Guerra Mundial, Guatemala se preocupó por expandir su minería e industria, con el fin de romper su excesiva dependencia de la producción de café y banano. En la década de 1970 se llevó a cabo un plan quinquenal de desarrollo con el objetivo de incrementar las exportaciones, conseguir la mayor eficacia en el cobro de impuestos y utilizar los créditos extranjeros para incrementar la tasa anual de crecimiento económico. En 1985 se impusieron medidas de austeridad dirigidas a contener las importaciones e incrementar la renta pública. (Chirix Sotz et al., 2003).

2.1.5 RELIGIÓN Y ESPIRITUALIDAD

La religión ha sido, desde la invasión europea, un elemento clave en los procesos de despojo cultural, alineación y sometimiento, tanto ideológico como político, afectando gravemente el modelo de generación del conocimiento del pueblo invadido, en este caso el Pueblo Maya. Nos encontramos frente al hecho de que en todos los pueblos de Guatemala está edificada una iglesia o más; la mayoría data de la época del dominio español y fueron construidas mediante la esclavitud y la muerte de hombres y mujeres Mayas. Por otra parte muchas de estas iglesias fueron edificadas sobre antiguos lugares rituales de la religión cosmogónica, con el propósito de poner de manifiesto el triunfo del cristianismo sobre los dioses "vencidos". En el interior de las iglesias suele haber retablos, esculturas y cuadros con el santo patrono del pueblo, Jesús, la Virgen María y otros santos, ante los cuales el "indio" ora. En más de una oportunidad el pueblo es recorrido por imágenes sagradas llevadas en procesión, en hombros por "indígenas" de uno y otro sexo. O sea que a primera vista la impresión es que hay una aceptación plena de la religión y de su ritual. En el caso de los cultos llevados a cabo en los templos protestantes, hay participación en los coros y en las restantes actividades colectivas, amén de la audición del sermón pastoral. En este caso también la primera impresión es de aceptación y de participación plena. De ahí han surgido las afirmaciones de total conversión al cristianismo o de sincretismo religioso. Sin embargo la población "indígena" –fundamentalmente agraria– está ligada por lazos menos visibles pero mucho más fuertes a la naturaleza, en general y a ciertos elementos de ella a los que el ritual ha dado singular importancia, así como a ciertos símbolos que los evocan. Se trata de prácticas ancestrales ligadas a los ciclos vitales del agro en las que juegan un papel muy importante las fuerzas que, precisamente, dan la vida: el sol, las lluvias, los vientos, etc. La fertilidad de la tierra es motivo de profunda preocupación y se le considera ligada a la vitalidad humana conforme a los principios cosmogónicos. Los volcanes y los cerros son centros de actividad ritual, así como las plazas de los pueblos, los atrios de las iglesias y el interior mismo de éstas, dado que a partir de distintas prácticas comunitarias , algunas sincréticas, se ha resistido culturalmente. Los ajquijab', son personas depositarias del saber ancestral, provistas de un gran poder, a las que se les reconoce también la facultad de administrar justicia. Su palabra es respetada y sus consejos son acatados, aunque en el contexto actual la labor de las y los guías espirituales es estigmatizada y satanizada por las iglesias de ideología judeo cristina, generando mayor desconocimiento y prejuicio negativo ante las prácticas cosmogónicas ancestrales. (Guzmán Böckler C. 1975)

2.1.6 COSMOVISIÓN

Hecho histórico de producción de pensamiento social inmerso en decurso de larga duración; hecho complejo integrado como un conjunto estructurado y relativamente congruente por los sistemas ideológicos con los que una identidad social, en un tiempo histórico dado, pretende aprehender el universo. (Asociación maya Uk'u'x B'e 1995) .

Tiene el origen en la unión de dos palabras griegas cosmos, que significa mundo o universo y visión, es decir, ver. Al unir las dos palabras nos dice la forma de ver el mundo o el universo. La cosmovisión maya indica específicamente la forma de ver el mundo desde la cultura maya. (Kanek Barrios G. 2005)

2.1.7 MAYANIZACIÓN

Discurso y simbología generada por el movimiento maya, asumida por una serie de actores que no necesariamente se identifican como mayas o en otras palabras, la versión nacional del proceso de asunción del discurso y la ideología multicultural. (Bastos S. et al., 2007)

2.1.8 DIMENSIÓN ÉTNICA

Es aquella parte de la vida y las relaciones sociales en la cual nos vemos y somos vistos como pertenecientes a una serie de grupos identificados por categorías creadas históricamente. (Bastos S. et al., 2007)

2.1.9 DOMINACIÓN ÉTNICA

Emplear las diferencias culturales y de origen para justificar la desigualdad, partiendo de la superioridad de un grupo sobre otros a partir de tales elementos, teniendo por lo menos dos efectos: Se refuerza la desigualdad social que no es de origen étnico, como las diferencias de clases, en donde la condición étnica resulta siendo equivalente a la condición de clase.
Crea una forma de desigualdad autónoma de las demás, lo que podemos llamar racismo. (Bastos S. et al., 2007)

2.1.10 IDENTIDAD

Es un fenómeno social en el que pueden distinguirse varias dimensiones según el aspecto concreto al que nos remitan. Esto es especialmente importante al referirse a identidades étnicas si se tiene en cuenta el papel que estas han jugado en la configuración de las relaciones sociales en condiciones de desigualdad. (Bastos S. et al) Tratar de mermar y borrar la identidad y sus elementos, es clave para los procesos de dominación y de invasión hacia los Pueblos Indígenas.(Bastos S. et al., 2007)

2.1.11 IDENTIDAD ÉTNICA

Las características e identificadores étnicos pueden ser objetivos y subjetivos. Según el modelo de Isajiw (Soriano A.2001) la identidad étnica tiene componentes externos e internos, que caracterizan la interacción de lo psicológico con lo sociológico.
2.1.11.1 La cognitiva: que se refiere a la identidad de la persona; autoimagen, comunidad lingüística y pueblo.
2.1.11.2 La afectiva: Se refiere a los sentimientos de pertenencia de una persona con respecto a su grupo étnico. Carácter y satisfacción con los patrones culturales de su propia comunidad cultural.
2.1.11.3 La moral: Se refiere a los sentimientos de las obligaciones de la persona hacia el propio grupo; compromiso, lealtad y solidaridad.
Los rasgos o indicadores objetivos o externos son las conductas sociales y culturales observables. La identidad étnica es pues la conciencia y acuerdo que se tiene del propio ser étnico, de lo que se piensa que debe ser y de la conducta consecuente que deriva del mismo.

2.1.12 IDEOLOGÍA ÉTNICA

Cómo se construye el porqué y el cómo de las diferencias étnicas, sus contenidos y sus causas.(Bastos Santiago. Et al., 2007)

2.1.13 DISCRIMINACIÓN

Desde la colonia hasta nuestros días se han mantenido en Guatemala prácticas discriminatorias y racistas que se manifiestan en un sistema de relaciones violentas y deshumanizadoras, unidas tradicionalmente a acciones estatales destinadas a mantener la exclusión social y el poder hegemónico a través de perpetuar condiciones caracterizadas por la concentración del poder y la riqueza productiva y las oportunidades de acceso a los servicios sociales, en sectores privilegiados y reducidos de la población. El racismo expresado como doctrina de superioridad y manifestada en el actuar del Estado Guatemalteco fue una de las causas del conflicto armado y "constituye un factor fundamental para explicar el Genocidio; la especial saña e indiscriminación con que se realizaron las operaciones militares contra centenares de comunidades mayas en el occidente y noroccidente del país, en particular entre 1981 y 1983, cuando se concentraron más de la mitad de las masacres y acciones de tierra arrasada en su contra". La desproporcionada respuesta contra la guerrilla se explica porque la política contrainsurgente pretendía no sólo romper las bases sociales de la guerrilla sino además quebrar los valores culturales que otorgaban cohesión y acción colectiva en las comunidades indígenas. El Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas comienza reconociendo la identidad de los pueblos maya, xinca y garífuna y considera que éstos "han sido particularmente sometidos a niveles de discriminación de hecho, explotación e injusticia por su origen, cultura y lengua, y que, como muchos otros sectores de la colectividad nacional, padecen de tratos y condiciones desiguales e injustas por su condición económica y social". (Quinto informe sobre la situación de los derechos humanos en Guatemala capítulo X. Los derechos de los Pueblos Indígenas 2001)

2.1.14 MULTICULTURAL

El multiculturalismo encuentra sus orígenes en las luchas múltiples libradas por movimientos políticos de pueblos indígenas alrededor del mundo desde el reclamo de la particularidad, en cuestionamiento directo de la forma de entender la nación como homogénea, dado que la supuesta universalidad de los derechos y la ciudadanía que propugnaba, oculta gran cantidad de exclusiones. En la multiplicidad de actores, los movimientos que hacían reclamos desde una base étnica fueron creciendo en su diversidad y magnitud étnica. (Bastos S. et al., 2007)

2.1.15 PLURILINGÜE

Se refiere a varias lenguas, dentro de este contexto a la diversidad que existe de idiomas en el pueblo maya. Se hablan 25 idiomas en la región de Guatemala.

2.1.16 PLURICULTURAL

Diversidad de culturas que habitan un lugar determinado (Kanek G. 2005). En los acuerdos de paz, se reconoce que en el país cohabitan cuatro culturas (maya, garífuna, xinka y ladino o mestizo). (Secretaria de planificación y programación de la presidencia- gobierno de Guatemala 2008).
Es importante anotar a su vez que los pueblos indígenas exigen y luchan por la reivindicación de sus derechos históricos más allá del mero hecho del reconocimiento de su existencia por parte del estado.

2.1.17 IDIOMAS MAYAS

Conforman una familia lingüística hablada en Meso América. Las lenguas mayenses son habladas por al menos 6 millones de indígenas mayas, principalmente en Guatemala, México y Belice. En 1996, Guatemala reconoció formalmente a 21 idiomas mayenses de nombre y México reconoce ocho más.

La familia lingüística mayense es una de las mejor documentadas y la más estudiada en las Américas. Los idiomas mayenses modernos descienden del proto-maya, un idioma del que se piensa ha sido hablado hace al menos 5.000 años.

Los idiomas mayenses son descendientes de la protolengua llamada proto-maya o, en maya quiché, Nab'ee Maya' Tzij ("la antigua lengua maya"). Se cree que el idioma proto-maya pudo haber sido hablado en las montañas Cuchumatanes de Guatemala central en un área que aproximadamente corresponde a donde hoy es hablado el kanjobalano. La primera división ocurrió alrededor del 2200 a. C. cuando el huastecano se desprendió del maya propiamente dicho, después de que sus hablantes migraron al noreste a lo largo de la costas del Golfo de México. Los hablantes proto-yucatecos y los proto-cholanos posteriormente se separaron del grupo principal y se trasladaron al norte en la Península de Yucatán. Los hablantes de la rama occidental se trasladaron el sur en las áreas ahora habitadas por la gente mameana y quicheana. Cuando los hablantes del proto-tzeltalano se separaron más tarde del grupo cholano y se movieron al sur en los Altos de Chapas, entraron en contacto con los hablantes de las lenguas mixe-zoqueanas. (Quinto informe 2001)

2.1.18 COMUNIDADES LINGÜÍSTICAS

El pueblo maya, el mayor en número de integrantes, comprende las comunidades lingüísticas Achi', Akateco, Awakateco, Ch'orti', Chuj, Itzá, Ixil, Poptí', Q'anjob'al, Kaqchikel, K'iché, Mam, Mopan, Poqomam, Pocomchi', Q'eqchi', Sakapulteko, Sipakapense, Tektiteko, Tz'utujil y Uspanteco. La población indígena esta también integrada por los pocos sobrevivientes del antiguo pueblo xinca, y por el pueblo garífuna, este último de raíces indígenas y africanas ubicadas en áreas cercanas a la costa atlántica de Guatemala. (Quinto informe 2001)

2.1.19 MOVIMIENTO MAYA

Hay muchas formas de entender eso que de forma general llamamos "movimiento maya". Mayas son todos aquellos que hacen política como indígenas o como mayas, y enfatizando que lo que les distingue es que entienden que son ellos mismos quienes han de resolver sus propios asuntos. Para el desarrollo histórico se ha considerado como parte del movimiento maya a quienes han estado presentes en las acciones y órganos que han venido decidiendo sobre la forma de articulación de los indígenas con el Estado guatemalteco. Pero puede haber otras formas más complejas de considerarlo. También se puede decir que es maya quien se asume como tal y que al hacerlo ya está siendo parte del movimiento. (Bastos S. y Camus M. 2003). La historia de resistencia del pueblo Maya desde la invasión da muestra de este movimiento desde distintos espacios.

2.1.20 ACUERDO SOBRE IDENTIDAD Y DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

2.1.20.1 El reconocimiento de la identidad de los pueblos indígenas es fundamental para la construcción de la unidad nacional basada en el respeto y ejercicio de los derechos políticos, culturales, económicos y espirituales de todos los guatemaltecos.

2.1.20.2 La identidad de los pueblos es un conjunto de elementos que los define y a su vez, los hacen reconocerse como tales. Tratándose de la identidad maya, que ha demostrado una capacidad de resistencia secular a la asimilación, son elementos fundamentales.

i. La decendencia directa de los antiguos mayas;
ii. Idiomas que provienen de una raíz maya común;
iii. Una cosmovisión que se basa en la relación armónica de todos los elementos del universo, en el que el ser humano es sólo un elemento más, la tierra es la madre que da la vida y el maíz es un signo sagrado, eje de su cultura. Esta cosmovisión se ha transmitido de generación en generación a través de la producción material y escrita y por medio de la tradición oral, en la que la mujer ha jugado un papel determinante;
iv. Una cultura común basada en los principios y estructuras del pensamiento maya, una filosofía, un legado de conocimientos científicos y tecnológicos, una concepción artística y estética propia, una memoria histórica colectiva propia, una organización comunitaria fundamentada en la solidaridad.

2.1.20.3 La pluralidad de las expresiones socioculturales del pueblo maya, que incluyen los Achí, Akateco, Awakateko, Chortí, Chuj, Itzá, Ixil, Jakalteco, Kanjobal, Kaqchikel, Kiché, Man, Mopán, Poqomam, Poqomchí, Q´eqchí, Sacapulteko, Sikapakense, Tectiteco, Tz´utujil y Uspanteco, no han alterado la cohesión de su identidad.

2.1.20.4 Se reconoce la identidad del pueblo maya así como las identidades de los pueblos garífuna y xinca, dentro de la unidad de la nación guatemalteca, y el Gobierno se compromete en promover ante el Congreso de la República una reforma de la Constitución Política de la República en este sentido. (Chirix S. et al., 2003)

2.2 SOBRE EL GRUPO OBJETIVO /

Organizaciones Nacionales e Internacionales, Culturales y ONG

Perfil demográfico:

Organizaciones nacionales e internacionales de carácter social, científico, cultural, político, académico, formadas por hombres y mujeres, con una edad de 25 a 50 años, pertenecientes a algún grupo étnico, con ingresos de Q. 3,500 a Q.8,000, dependiendo del nivel de responsabilidades de coordinación que se asumen en las organizaciones.
Con estudios universitarios y que formen parte del movimiento Maya.

Perfil Psicográfico:

Que estén interesados en el apoyo a los procesos de reivindicación del Pueblo Maya, que impulsen política, apoyen y defiendan sus demandas, que generen proyectos y presupuestos para las distintas organizaciones mayas, que se interesen y que crean en la reconstrucción de las bases que forman la cultura maya, que además impulsen la equidad y la igualdad, así como el respeto a la identidad y dignidad de los pueblos mayas de Guatemala.
Personas conscientes de la problemática de los pueblos mayas, dispuestos a contribuir para el rescate de los valores.

2.3.1 ASOCIACIONES

Las Asociaciones son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes, al menos formalmente, del Estado, los partidos políticos y las empresas.

Las características fundamentales serían las siguientes:

Grupo de personas.
Objetivos y/o actividades comunes.
Funcionamiento democrático.
Sin ánimo de lucro.
Independientes.

Con respecto a estas características merece la pena aclarar que no tener ánimo de lucro significa que no se pueden repartir los beneficios o excedentes económicos anuales entre los socios, por tanto, sí se puede:

Tener excedentes económicos al finalizar el año.
Tener contratados laborales en la Asociación.
Realizar Actividades Económicas que puedan generar excedentes económicos.

Lógicamente, dichos excedentes deberán reinvertirse en el cumplimiento de los fines de la entidad. (Fundación, gestión y participación social. FUNDACION GPS 2002)

Tipos de Asociaciones:

Asociaciones Juveniles, Asociaciones Deportivas, Asociaciones de Padres/Madres de Alumnos, Asociaciones de Estudiantes, Asociaciones Universitarias, etc. Cabe añadir, a efectos de evitar confusiones, que cuando coloquialmente se habla de asociaciones culturales, se está refiriendo a aquellas asociaciones que no pertenecen a ninguna tipología en particular y que, por tanto, están reguladas por todas las normas generales. Así mismo, se puede distinguir también entre Asociaciones, Federaciones o Coordinadoras y Confederaciones, que serían las entidades formadas por la agrupación de varias Asociaciones o varias Federaciones. Los aspectos legales, fiscales, económicos, administrativos, etc., del funcionamiento de las Asociaciones, las Federaciones o Coordinadoras y las Confederaciones, son prácticamente iguales, con la única diferencia de que en las dos últimas, los socios serán personas jurídicas, es decir, las Asociaciones que pertenezcan a la Federación o Coordinadora o las Federaciones que pertenezcan a Confederaciones, y así se especificará en sus estatutos. (FUNDACION GPS 2002)

2.3.2 INSTITUCIONES

Son mecanismos de orden social y cooperación que gobiernan el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser reducido o coincidir con una sociedad entera). Las instituciones trascienden las vidas e intenciones humanas al identificarse con la permanencia de un propósito social, y gobiernan el comportamiento humano cooperativo mediante la elaboración e implantación de reglas. El término institución se aplica comúnmente a las normas de conducta y costumbres consideradas importantes para una sociedad, como las particulares organizaciones formales de gobierno y servicio público. Como estructuras y mecanismos de orden social en la especie humana, las instituciones son uno de los principales objetos de estudio en las ciencias sociales, como sociología, ciencia política y economía. Las instituciones son un tema de estudio central para el derecho, el régimen formal para la elaboración e implantación de reglas. La creación y evolución de las instituciones es un asunto central para la historia, y una de sus principales secciones es la historia de las instituciones. El institucionalismo es un enfoque particular o tendencia de algunas de estas ciencias sociales. (Lucas Verdú P. 1987)

2.3.3 MULTIMEDIA INTERACTIVA

Es cuando se le permite al usuario final – el observador de un proyecto multimedia – controlar ciertos elementos de cuándo deben presentarse. (VAUGHAN T.)

2.3.4 HIPERMEDIA

Es cuando se proporciona una estructura ligada a través de la cual el usuario puede navegar, entonces, multimedia interactiva de convierte en Hipermedia. Aunque la definición de multimedia es sencilla, hacer que trabaje puede ser complicado.

No sólo se debe comprendes cómo hacer que cada elemento se levante y baile, sino también se necesita saber cómo utilizar la herramientas computacionales y las tecnologías de multimedia para que trabajen en conjunto. Las personas que tejen los hilos de multimedia para hacer una alfombra esplendorosa son desarrolladores de multimedia. Un proyecto de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia: los usuarios pueden reclinarse en el asiento y verlo como lo hacen en el cine o frente al televisor. En tales casos un proyecto es lineal, pues empieza y corre hasta el final, cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no – lineal e interactiva, y es un puente personal muy poderoso hacia la información. (VAUGHAN T.)

2.3.5 HERRAMIENTAS DE DESARROLLO DE MULTIMEDIA

Estas herramientas de programación están diseñadas para administrar los elementos de multimedia individualmente y permiten interactuar con los usuarios. Además de proporcionar un método para que los usuarios interactúen con el proyecto, la mayoría de las herramientas de desarrollo de multimedia ofrecen además facilidades para crear y editar texto e imágenes, y tienen extensiones para controlar los reproductores de vídeo disco, vídeo y otros periféricos relacionados. El conjunto de lo que se produce y la forma de presentarlo al observador es la interfaces junto de lo que se reproduce y la forma de presentarlo al observador es la interfaz humana. Esta interfaz puede definirse tanto por las reglas de lo que debe suceder con los datos introducidos por el usuario como por los gráficos que aparecen en la pantalla. El equipo y los programas que rigen los límites de lo que puede ocurrir es la plataforma o ambiente multimedia. (VAUGHAN T.)

2.3.6 AUDIOVISUAL

El término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante mecanismos como la armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro), refuerzo (se refuerzan los significados entre sí) y contraste (el significado nace del contraste entre ambos).

Lo audiovisual puede existir de tres maneras diferentes, audiovisual natural, audiovisual parcialmente tecnificado y audiovisual artificial.

En un audiovisual se percibe la realidad con los cinco sentidos acotando la vista y el oído por ser los protagonistas en la comunicación e interpretación de la realidad. Tanto la vista como el oído perciben en un tiempo y un espacio. (Audiovisual 2008)

2.3.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

2.3.8 TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban):

2.3.8.1 Medios Masivos

Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. (Fischer L., Espejo J.y Mc Graw H. 2004). También se conocen como medios medidos. (O´Guinn T., Allen C. y Semenik R. 1999).

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

Televisión: Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Las emisoras de televisión abarcan la televisión de cadena o red (ABC, CBS, NBC y Fox Network), las estaciones independientes, la televisión por cable y un relativo recién llegado, la televisión satelital de emisión directa. (Lamb C. et al. 2002).

Sus principales ventajas son: Buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.(Kotler P. Armstrong G. y Prentice H. 2003). Entre sus principales limitaciones se encuentran: Costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público. (Lamb C. et al).

Radio: Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. Según Lamb, Hair y McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Además, según los mencionados autores, los radioescuchas tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo. (Lamb C. et al2002). Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. (Kotler P. et al 2003). Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez. (Fischer L. et al 2004). Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

Periódicos: Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. (Kotler P. et al 2003). Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse. (Fischer L. et al 2004). Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico (Kotler P. et al). Y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos. (Fischer L. et al).

Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios: (Fischer L. et al 2004)

Desplegados: Anuncios que se desdoblan en 3 o 4 páginas.

Cuponeo: Cupón desprendible, además del anuncio impreso.

Muestreo: Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.

Sus principales ventajas son: Selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico. Sus limitaciones son: Larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición. (Kotler P. et al 2003)

Internet: Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85 por ciento de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y pop-unders, mensajes de texto y otros, con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas. Las ventajas de este medio son: Selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; capacidades interactivas. Entre sus principales limitaciones se encuentran: Público pequeño; impacto relativamente bajo; el público controla la exposición. (Kotler P. et al 2003).

Cine: Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro. (Fischer L. et al 2004).

2.3.8.2 Medios Auxiliares o Complementarios

Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. (Fischer Laura. et al). También se conocen como medios no medidos. (O´Guinn T. el al).

Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:

Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según Lamb, Hair y McDaniel, es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, minicarteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua. (Lamb C. et al 2002) . Sus ventajas son: Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. (Kotler P. et al 2003).

Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundos efectos en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural. (Fischer L. et al 2004).

Publicidad Interior: Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.

Según Laura Fischer y Jorge Espejo, ésta publicidad se coloca en: Estadios deportivos; plazas de toros; interior de los camiones; trolebuses y tranvías urbanos; la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas) y el interior del metro, ya sea dentro de los vagones o en los andenes. Sus ventajas son: Bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica. Sus desventajas son: No da seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden. (Fischer L. et al 2004).

Publicidad Directa o Correo Directo: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, la publicidad directa emplea muchas formas (por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera). La más usual es el folleto o volante. (Fischer L. et al 2004).

Sus ventajas son: Selectividad de público alta; no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio; permite personalizar. Sus limitaciones son: Costo relativamente alto por exposición; imagen de "correo basura". (Kotler P. et al 2003).

AUXILIARES

ALTERNATIVOS

2.3.8.3 Medios Alternativos

Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. (Lamb C., Hair J. y McDaniel C. 2002)

Según Lamb, Hair y McDaniel, dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

- Faxes.
- Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales.
- Protectores de pantallas de computadoras.
- Discos compactos.
- Kioscos interactivos en tiendas departamentales.
- Anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los videocasetes rentados.

Además, según los mencionados autores, casi cualquier cosa puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad. Por ejemplo, los elevadores (ascensores) incluirán o ya incluyen pantallas para exhibir noticias, información y publicidad para captar la atención de trabajadores de altos ingresos en los grandes edificios de oficinas (Lamb C. et al. 2002).

2.3.9 VIDEO

Es una captura, grabación, almacenamiento, y reconstrucción de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento. Su nombre proviene del latín video, yo veo. La tecnología de video fue desarrollada por primera vez para los sistemas de televisión, pero se ha reforzado en muchos formatos para permitir la grabación de video de los consumidores y que además el video puede ser visto a través de Internet.

El término video se refiere comúnmente a varios formatos: los formatos de video digital, incluyendo DVD, Quik Time, DVC y MPEG-4, y las cintas de vídeo analógico, incluyendo VHS y Betamax. El video se puede grabar y transmitir en diversos medios físicos: en cinta magnética cuando las cámaras de video registran como PAL o NTSC señales analógicas, o cuando las cámaras graban en medios digitales como MPEG-4 o DV.

La calidad del vídeo depende esencialmente del método de captura y de almacenamiento utilizado. La televisión digital (DTV) es un formato relativamente reciente con mayor calidad que los primeros formatos de la televisión y se ha convertido en un estándar para la televisión. El video 3D, video digital en tres dimensiones, estrenado a finales del siglo XX. Para capturar secuencias de vídeo en 3D se utilizan normalmente seis u ocho cámaras con medición en tiempo real de la profundidad. El formato de video 3D se fija en MPEG-4 Parte 16 Animation Framework extensión (AFX).

En el Reino Unido, Australia, Países Bajos y Nueva Zelanda, el término video se utiliza a menudo informalmente para referirse a las grabadoras de video y a las cintas de vídeo; el sentido normalmente se desprende del contexto.(Video 2008)

2.3.10 SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Debido a la normativa que regula la reproducción y transmisión de video en el ámbito internacional, se han creado diferentes sistemas de reproducción los cuales son incompatibles entre sí debido a la diferencia de líneas por imagen, imágenes por segundo, frecuencia de imagen, modulación de sonido, entre muchas.

NTSC: Norma americana (Nacional Televisión System Commitee), para todos los países de América, Surinam, y Taiwán (650 líneas de resolución)

PALM: Norma Alemana (Phase Alternation line), en la mayoria de países de Europa, así como en Singapur, Tailandia,Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay (700 líneas de resolución).

SECAM: Norma Francesa (Sequentiel Couleur á Mémoire), en Bulgaria, Francia, Guayana, Hungría, Irán, Irak, Mónaco, Polonia, Rusia y Ucrania (657 Líneas de resolución). (Midwest comunications Corp. 197).

2.3.11 VIDEO INSTITUCIONAL

El video institucional es una forma de consolidar la imagen de las Compañías. En él se pueden desarrollar todas sus actividades: su tecnología, objetivos y futuros proyectos, además de dar a conocer quienes integran dicha empresa. Los institucionales pueden utilizarse para ser presentados a clientes potenciales, socios del extranjero, proveedores o visitantes en general. (Lamb C. et al 2002).

2.3.12 EL VIDEO INSTITUCIONAL PROMOCIONAL

Como producto generalizante, tiene características estratégicas, no puede profundizar en aspectos tácticos y debe ser ameno y comprensible, al dirigirse a un público más amplio.

2.3.13 EL VIDEO INSTITUCIONAL COMERCIAL

Al contrario de lo que su nombre parece indicar no es promoción, sino la exposición exacta y realista del proceso productivo y las posibilidades de un producto o servicio, para que el cliente pueda valorar sus perspectivas. Deben evitarse triunfalismos y arranques propios del video publicitario. Además, entran en una clasificación restringida pues pueden contener información que no hay motivo para revelar al público general, pero pueden ser relevantes para un cliente, otro motivo por el cual cualquier video no sirve para ambos propósitos. Pueden identificarse varios subniveles de realización y comprensión, según el tipo de empresa y de público:

Servicios: Utilizado para promocionar y explicar un servicio: empresas bancarias, turísticas, etc. El perfil empresarial define el estilo: por ejemplo, los turísticos deben ser más ligeros, sin olvidar la profesionalidad, y los bancarios más "serios", sin perder la amenidad. Quien sale de vacaciones desea divertirse, y quien deposita su dinero en un banco busca seguridad.

Seguridad y salud: Para prevenir riesgos profesionales y explicar medidas de seguridad. Para los trabajadores de la empresa, o para los habitantes de poblaciones donde esta pueda tener una imagen negativa por su actividad (minera, química), en cuyo caso deben enfatizarse las medidas para preservar el entorno.

Formación y entrenamiento: Para especialistas y ejecutivos, sobre procesos de producción y/o servicios, como prevención de lagunas –que suelen existir – entre ese personal, y para familiarizar con el producto o servicio a promotores y vendedores, como referencia al afrontar la relación con el cliente.

Registro de eventos: Grabaciones de las actividades más importantes de la empresa y cuestiones internas de interés. Como medio de información para el personal es mucho más económico una página en la intranet de la empresa, pero siempre es conveniente registrar en video ciertas actividades, porque esto luego permitirá ahorrar en el presupuesto del video institucional de cada año, o para ocasiones especiales, al llevar un valioso registro audiovisual de eventos significativos para la organización.

El video institucional no es uno sólo, sino múltiples manifestaciones de una realidad, cuyas proyecciones dependerán de diversos factores, y sobre todo del mercado y el público al que se dirigen. Desde su advenimiento, el video como instrumento promocional por un lado estrechó los límites de la comunicación (grupos reducidos, audiencias de grupo) y por otro la profundizó (mayor especialización del mensaje), pero al mismo tiempo, su empleo publicitario en la televisión le devolvió la masividad. Paradójicamente, al ser redescubierto como medio publicitario e informacional, el video fue captado por una esfera especializada pero universalizante: Las compañías que la emplean como herramienta promocional y didáctica en sentido exógamo –llevar la imagen empresarial al entorno del mercado– y endógamo – divulgar conocimientos entre su personal. De la unión de estos aspectos surgió el concepto de "comunicación global", cuyo significado aquí es diferente al entendido por los comunicadores de los medios masivos. El término deviene un paradigma que implica la armonización de las manifestaciones externas e internas, generadas por los departamentos de la empresa –las direcciones tácticas– y regida por un centro coordinador de la estrategia corporativa. La efectividad del mensaje depende de la unidad de acción y criterio, no siempre lograda entre las empresas que en todo el mundo usan –y abusan– del video corporativo. El video promocional institucional debe difundir la imagen global de la empresa, su actividad y objetivos. Por tanto, está destinado a dos tipos de públicos: El general, para presentaciones en ferias o eventos y transmisión por los medios masivos, y el específico, para mostrar a potenciales clientes e inversionistas; en cuyo caso el objetivo fundamental es influir y convencer, crear un estado de opinión favorable que influya sobre las decisiones. Este es el objetivo más importante y que puede rendir mayores dividendos a la empresa, y si al dirigirse al público en general es necesario conocer sus paradigmas de referencia, mucho más decisivo resulta en esta modalidad, que puede tener dos subdivisiones inmediatas, pues lo que puede convencer a un inversionista o cliente nacional puede no tener el mismo significado para un extranjero. (Potts. Ricardo F. 2008)

2.3.14 VIDEO DOCUMENTAL

El estilo de audiovisual con fines informativos y educativos que da a conocer antecedentes, situación actual y posibles soluciones de un tema específico, con el objetivo que el espectador tome conciencia de la realidad planteada. (Stuar S. 1987)

2.3.15 TIPOS DE VIDEO DOCUMENTAL

2.3.15.1 Clases de Documentales

Lo que le proporciona forma y propósito y le da diferencia de otros, es la estructura y el punto de vista, en cuanto al punto de vista pueden clasificarse de la siguiente manera:

Omnisciente: El enfoque de la película se mueve libremente en el espacio y el tiempo. La visión organizadora central puede dar sencillamente en la pantalla.

El personaje de la película: En este caso, la película es vista a través de uno de los personajes e incluso puede ser narrada por él.

Múltiples personajes: En este tipo de películas se busca elaborar una textura de puntos de vista distintos que muchas veces se equilibran los unos con los otros.

Personal: En este caso el punto de vista es el director, ya sea de forma abierta o subjetiva.

2.3.15.2 Clasificación

En cuanto a la estructura se clasifica en:

Acontecimiento: Como su nombre lo dice, en este tipo de documental el acontecimiento es la espina dorsal de la película.

Proceso: Este tipo trata de la cadena de acontecimientos que conducen a un proceso importante.

Viaje: El aliciente del viaje, con todos sus matices metafóricos y rítmicos incorporados de movimiento, es también aplicable a la película documental.

Ciudad amurallada: Cualquier sociedad e institución que tienda a encerrarse en sí misma y a engendrar su propio código de conducta, puede ser mostrada en un documental.

Histórica: Se hace un perfil de un héroe nacional de forma apasionada y con un sentido latente de justicia. (Rabiger M. 2001)

2.3.16 EQUIPO PARA REALIZAR UN VIDEO DOCUMENTAL

2.3.16.1 Equipo técnico

Producción: El es el encargado de los aspectos organizativos y técnicos de la elaboración de una película, complementando así la labor creativa del director. Está a cargo de la contratación del personal, del financiamiento de los trabajos y del contacto con los distribuidores para la difusión de la obra. Un productor que no tiene a cargo aspectos técnicos, sino sólo legales y comerciales, se denomina por lo general "productor ejecutivo". Si su tarea se limita a algunos aspectos puntuales del proceso técnico o creativo, se lo llama "co-productor".También forman parte del área director de produción, el productor ejecutivo, el jefe de locaciones y el asistente de producción. (Rabiger M. 2001)

Pre-producción del video documental: Durante esta etapa se toman todas las decisiones y se prepara todo lo que se necesita para el rodaje mediante los siguientes pasos: tener una idea, realizar una investigación, concretar la hipótesis de trabajo, desarrollar una escaleta y un guión y tomar en cuenta las necesidades técnicas.
El primer paso para concretar una idea es definir un tema. Para elegir un buen tema es necesario "tener inventiva y estar dispuesto a rechazar aquello que es evidente", estrechar el punto de mira para que el tema pueda manejarse y afirmar que para evitar clichés, el director debe pensar en lo siguiente:
El significado real que tiene para él el tema.
Lo que puede descubrir del tema que resulte insólito e interesante.
Encontrar la particularidad del tema.
Hasta que punto puede profundizar en el tema. (Nichols, M. (1997)

2.3.17 PRODUCCIÓN DEL VIDEO DOCUMENTAL

En la producción del video documental se debe llevar a cabo el rodaje, reacciones de personas hablando entre ellas o para la cámara, entrevistas, recursos e hechos, fotos fijas y gráficos. Esta etapa del documental es impotente ya que éste "se basa considerablemente en la palabra hablada. La voz en off de narradores, periodistas, entrevistadores y otros documentales" (Nichols, M. 1997)

2.3.18 POST-PRODUCCIÓN DEL VIDEO DOCUMENTAL

Es la fase en la cual el material que se ha rodado se convierte en la película que ve la audiencia.
Se divide en tres áreas:

2.3.18.1 Edición (off line)

Se realiza en tres cortes. En el primero debe armarse la estructura sin importar el ritmo, en esta fase no debe de preocupar la longitud o el equilibrio. En el segundo corte se recomienda trabajar secuencia por secuencia, hasta que todo el audiovisual tenga el 90 por ciento del ritmo y por último, el tercero, se ajusta el ritmo plano por plano. Estos tres pasos se realizan a corte directo.

2.3.18.2 Post-producción de imagen (on line)

Se recupera la calidad de imagen, se blanquea color, luminancia y se añaden transiciones, gráficos, títulos, etc.

2.3.18.3 Post-producción de sonido

Producir, buscar y editar todos los sonidos que debe contener el audiovisual. Los sonidos a considerar son los directos, doblajes, incidentales, efectos especiales, ambientes y música, los cuales se mezclan en la grabación y se añaden a la imagen terminada. (nichols M. 1997)

2.3.19 CÁMARA

Aparato que convierte las impresiones audiovisuales de la realidad, en señales eléctricas. (Buxo, M., Delgado Ruiz M., Goldsem R. y Pinto C. 1999).

Constituye uno de los elementos más importantes dentro de cualquier sistema de comunicación visual, su función básica es convertir la escena tridimensional en una señal temporal, análoga o digital, que pueda ser tratada, almacenada en soporte técnico o magnético, o modulada para transmitirse a un espectador remoto.
Una cámara generalmente cuenta con lo elementos siguientes: grupo óptico, censor de imagen, lectura y acondicionamiento de señal, visor, registro magnético, generador de efectos, micrófono integrado, entradas y salidas. (Tarrés Ruiz F. 2000).

2.3.19.1 Tipos de cámaras
Cámaras de estudio, cámaras de campo, cámaras de circuito cerrado o vigilancia, cámaras industriales y de visión, cámaras de video domésticas, cámaras para aplicaciones científicas y webcams. (Tarrés Ruiz, F.)

2.3.19.2 Movimientos De Cámara

Existen varios movimientos principales que se pueden usar con una cámara amateur; los más usados son:

Paneo: Mover la cámara horizontalmente ya sea de izquierda a derecha o de derecha a izquierda. Cuando se realiza un movimiento de izquierda a derecha se le denomina paneo hacia la derecha. Asimismo, cuando se realiza un movimiento de derecha a izquierda se le denomina paneo hacia la izquierda.

Tilt: Mover la cámara verticalmente ya sea de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo. Cuando se realiza un movimiento de abajo hacia arriba se le denomina "TILT UP", mientras que cuando se realiza un movimiento de arriba hacia abajo se le denomina "TILT DOWN".

Travel: Moverse junto con la cámara paralelamente a la acción. Esta acción puede hacerse de izquierda a derecha denominándose "TRAVEL IZQUIERDO" o de derecha a izquierda denominándose "TRAVEL DERECHO".

Dolly: Moverse junto con la cámara hacia delante o hacia atrás. Cuando se mueve uno hacia delante se le denomina "DOLLY IN" y cuando se mueve uno hacia atrás se denomina "DOLLY OUT".

Crane: Subir o bajar de nivel de altura junto con la cámara. Cuando subimos con la cámara se le denomina "CRANE UP" y cuando bajamos se le denomina "CRANE DOWN" (Global movie services 2005)

2.3.20 LENGUAJE CINEMATOGRÁFICO

2.3.20.1 Plano

Establece la profundidad entre los elementos que configuran el encuadre y el observador. Story Board (Buxo, M. et al. 1999).

2.3.20.2 Clasificación de Planos

Plano general (Long shot): Introduce al espectador en la situación, le ofrece una vista general y le informa acerca del lugar y de las condiciones en que se desarrolla la acción. Suele colocarse al comienzo de una secuencia narrativa. En un plano general se suelen incluir muchos elementos, por lo que su duración en pantalla deberá ser mayor que la de un primer plano para que el espectador pueda orientarse y hacerse cargo de la situación. Puede realizarse de varios modos, según su grado de generalidad.

Plano panorámico general: Es una filmación que abarca muchos elementos muy lejanos. En él los personajes tendrán menos importancia que el paisaje. Por ejemplo, una cabaña en el bosque vista de lejos. Las personas se verán pequeñas.

Gran plano general: Es una panorámica general con mayor acercamiento de objetos o personas. (Alrededor de 30 metros).

Plano general corto: abarca la figura humana entera con espacio por arriba y por abajo.

Plano americano: Toma a las personas de la rodilla hacia arriba. Su línea inferior se encuentra por debajo de las rodillas.

Plano en profundidad: Cuando el director coloca a los actores entre sí sobre el eje óptico de la cámara dejando a unos en primer plano y a otros en plano general o plano americano. No se habla de dos planos, primer plano o segundo plano, como haríamos en lenguaje coloquial, pues hemos definido plano, por razones prácticas, como sinónimo de encuadre.

Plano medio (Medium shot): Limita ópticamente la acción mediante un encuadre más reducido y dirige la atención del espectador hacia el objeto. Los elementos se diferencian mejor y los grupos de personas se hacen reconocibles y pueden llegar a llenar la pantalla.

Plano medio largo: Encuadre que abarca a la figura humana hasta debajo de la cintura.

Plano medio corto (Medium close shot): Encuadre de una figura humana cuya línea inferior se encuentra a la altura de las axilas. Es mucho más subjetivo y directo que los anteriores. Los personajes pueden llegar a ocupar la pantalla con un tercio de su cuerpo, y permite una identificación emocional del espectador con los actores. Mediante este encuadre es posible deslizar también muchos otros elementos significativos.

Primer plano (Close up): Encuadre de una figura humana por debajo de la clavícula. El rostro del actor llena la pantalla. Tiene la facultad de introducirnos en la psicología del personaje. Con este encuadre se llega a uno de los extremos del lenguaje visual: los objetos crecen hasta alcanzar proporciones desmesuradas y se muestran los detalles (ojos, boca, etc.).

Semiprimer plano (Semi close up shot): Concentra la atención del espectador en un elemento muy concreto, de forma que sea imposible que lo pase por alto. Si se refiere al cuerpo humano, este tipo de encuadre nos mostrará una cabeza llenando completamente el formato de la imagen. Desde el punto de vista narrativo nos puede transmitir información sobre los sentimientos, analiza psicológicamente las situaciones y describe con detenimiento a los personajes.

Gran primer plano: cuando la cabeza llena el encuadre.

Plano corto: Encuadre de una persona desde encima de las cejas hasta la mitad de la barbilla.

Plano detalle: Primerísimos planos de objetos o sujetos, flores, una nariz, un ojo, un anillo, etc.

Plano sobre el hombro: Cuando se toma a dos personas en diálogo, una de espaldas (desde el cogote), y otra de frente que abarca dos tercios de la pantalla.

Plano secuencia: Es una forma de filmar, en el que en una toma única se hacen todos los cambios y movimientos de cámara necesarios. No suelen hacerse muy largas por la dificultad de rodaje que entrañan. No obstante, hay planos secuencia memorables por su calidad, longitud y anécdotas de rodaje, como el comienzo de Sed de mal (Touch of evil 1958), de Orson Welles.

Plano subjetivo o punto de vista: Cuando la cámara sustituye la mirada de un personaje.

2.3.20.3 CUANDO SE FILMA CON LA CÁMARA EN ÁNGULO

Según el ángulo en el que se coloca la cámara en relación al objeto.

Plano en Picado: Cuando la cámara está sobre el objeto, en un cierto ángulo. El objeto está visto desde arriba. Suele emplearse a veces para destacar aspectos psicológicos, de poder, etc.

Plano en contrapicado: Al contrario que el anterior, la cámara se coloca bajo el objeto, destacando este por su altura.

Plano aéreo o "a vista de pájaro": Cuando la cámara filma desde bastante altura: montaña, avión, helicóptero, etc.

Plano frontal: Cuando la cámara está en el mismo plano que el objeto.

La cámara se puede colocar de muchas formas, invertida (salen los objetos al revés), a ras del suelo (vista de oruga: pies de personas, ruedas de coches, etc.). (Martínez Enrique y Sánchez Salanova 2008)

ENCUADRE ENCUADRE ENCUADRE ENCUADRE ENCUADRE ENCUADRE

2.3.21 ENCUADRE

Es importante hacer ver el valor del encuadre, pues al mismo tiempo que logra centrar la realidad para poderla fotografiar o filmar, la limita, la restringe, lo que hace posible, para bien o para mal, manipularla. La intencionalidad de quien filma o fotografía, se hace realidad, en primer lugar, en el encuadre. (Martínez E. 2008)

2.3.22 EL GUIÓN

Es un texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un filme o de un programa de radio o televisión.

El cineasta Julián Lara sostiene que el guión es una guía en la que aparece descrito todo lo que después saldrá en la pantalla; sobre el guión se irán asentando el resto de las fases de la producción. Dentro del guión se distinguen dos clases de ramas:

2.3.22.1 Guión literario cinematográfico

El guión cinematográfico es aquel que describe aquello que se mostrará y escuchará en una obra cinematográfica, típicamente una obra de ficción. Involucra división por escenas, acciones de los personajes o eventos, diálogo entre personajes, así como breves descripciones del entorno en el que van a acontecer y, cuando es prudente, el énfasis que usarán los actores. Un buen guión literario tiene que transmitir la información suficiente para que el lector visualice la película: cómo transcurre el diálogo, cómo actúan los personajes y con qué objetos interactúan, sin especificar todavía los pormenores de la producción. Una vez finalizado se pasa al guión técnico, que describirá con detalle cómo la cámara va a captar toda esa información.
Se usa principalmente para mostrar a productores potenciales, actores, patrocinadores, miembros del equipo creativo, y cualquier otra persona que requiera conocer la historia, personajes, y sentimiento general de una película.

2.3.22.2 Guión Técnico

Se trata de un documento de producción que contiene la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere.
El guión técnico debe contener el troceo por secuencias y planos . En él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: encuadre, posición de cámara, decoración, sonido, play-back, efectos especiales, iluminación, etcétera. (Fernández Diez F. 2006)

2.3.23 SROTY LINE

Story line es el término que usamos para designar, con el mínimo de palabras posibles el conflicto matriz de una historia. Yo no dedicaría más de cinco o seis líneas al story, porque es justamente la síntesis de la historia.

Un story line debe contener lo esencial de la historia. Esto es:

La presentación del conflicto.
El desarrollo del conflicto.
La solución del conflicto.

Es decir, debe corresponderse con los elementos de la narrativa tradicional: exposición, nudo (o nudos desarrollados) y desenlace. Son los tres puntos clave de historia, durante los cuales:

Ocurre algo.
Hay que hacer algo.
Se hace algo.

Así, pues, "inicio, medio y final"; "estado de las cosas, conflicto y resolución"; "exposición, nudo y desenlace", "preparación, desarrollo y estallido" guardan ciertos paralelismos metodológicos y ciertas diferencias conceptuales. Si seguimos este orden, tendremos un story line. Que sea bueno o malo dependerá del talento del autor. Con esto no queremos decir que debamos hacer caso totalmente a lo que hemos imaginado desde un principio. Muchas veces, al avanzar en otras etapas del guión, la historia cambia de rumbo, e incluso todo puede acabar de forma totalmente distinta. En realidad, un story line sirve de base, de punto de partida; no debe ser rígido en cuanto a su desarrollo.
El concepto de story line no es unívoco. De acuerdo a las escuelas de dramaturgia, se puede intercambiar con el término "plot principal" o "story sinopsis"; y los guionistas deben saber adaptarse a todos los entornos.

Definimos el story line como la mínima expresión del conflicto y la más breve sinopsis. Al tratarse sólo de la concreción del conflicto matriz no hace falta hablar ni del tiempo, ni del espacio, ni de la composición de los personajes. Me permito insistir en que story line representa el qué, cuál de los posibles conflictos humanos hemos elegido para dar fundamento al drama o a la comedia que contaremos o desarrollaremos en el guión.

Hacer un story line puede parecer una tarea difícil, pero en realidad es un proceso mental muy fácil. Si a la salida de un cine o de un teatro preguntamos a un espectador qué es lo que ha visto, sería capaz de contarnos en pocas palabras el conflicto básico de la historia. El proceso de creación del story line es eso mismo, pero a la inversa: contar el resumen de una historia que todavía no existe. Práctica del guión cinematográfico (Carrière Claude J. 2007).

2.3.24 STORY BOARD

Esquema de tomas visualizadas (secuencia de la historia) y debe contener los puntos clave de la visualización, así como información de audio. El esquema de la historia ayuda a que la gente que toma decisiones logre ver las tomas individuales y se imaginen la secuencia. Cuando se realiza adecuadamente, de inmediato proporciona las pistas de algunos de los requisitos de producción , tales como locación general, posición de cámara, distancia focal aproximada de la lente, el método para la grabación de audio, monto y tipo de posproducción, acciones del elenco, diseño de escenografía y utilería de mano. (Zettl H.)

2.3.25 EDICIÓN

Permite separar y fragmentar tanto la imagen como el sonido y recomponerla según se decida en el montaje, hay dos tipos de edición; por assemble: primero se borra todo lo que hay en la cinta y luego se graban impulsos de sincronismo y el audio y el video a la vez, sin posibilidades de hacerlo por separado. Por insert: se dispone de varias posibilidades, cambiar la imagen, cambiar una o las dos pistas de audio, o bien la imagen y el audio, pero nunca la pista de control (sincronismo). (Buxo M. et al 1999).

2.3.26 MONTAJE

Construir significados. (Amheim R. El cine como arte, Barcelona: Paidos, 1990:69). Se seleccionan, combinan y unen elementos separados para dar una idea de totalidad Consiste en escoger (una vez que se ha rodado la película), ordenar y unir una selección de los registrados, según una idea y una dinámica determinada, a partir del guión, la idea del director y el aporte del montador. El hoy en día trabaja con plataformas y programas profesionales como Avid u otros métodos de montaje digital. Puede tener un asistente y a la vez suele trabajar en conjunto con el cortador de negativos, encargado de realizar el armado de la primera copia editada en film, basado en la lista de cortes, generada por el sistema de edición offline. (Buxo M. et al 1999).

2.3.27 DIRECCIÓN

El director es el profesional que dirige la filmación de una película, el responsable de la filmación de la puesta en escena, dando pautas a los actores y al equipo técnico, tomando todas las decisiones creativas, siguiendo su estilo o visión particular. Supervisando el decorado y el vestuario, y todas las demás funciones necesarias para llevar a buen término el rodaje. Previamente habrá intervenido en numerosas labores, elaborando el guión técnico, un story board con la asistencia de un dibujante , y las plantas, con el auxilio de su asistente. Llevará a cabo la selección de los actores o casting y de los demás profesionales que integrarán el equipo, los escenarios en los que se rodará la película, ya sean naturales o en estudio, y suele tener también incumbencia en la redacción final del guión, en colaboración con el guionista.

También forman parte del área el asistende de dirección y el denominado script o continuista. Por otro lado, trabaja en conjunto con el director de actores. (Dirección. Wikipedia 2008)

2.3.28 ENTREVISTA

Es un elemento fundamental en el video documental y el entrevistador debe estar preparado para realizarlas. Para lograr que el entrevistado se comporte con naturalidad y se exprese con facilidad, el entrevistador debe dirigirse a él con respeto y simpatía. El director, al realizar la entrevista, debe mantener un contacto visual con su entrevistado, asi como sonreír, mostrar extrañeza y manifestar acuerdo o duda, para conseguir espontaneidad, lo primero es que uno mismo se muestre natural al hacer las preguntas. (Entrevista. Wikipedia 2008)

2.3.29 ARTE

El área artística puede tener un director de arte o varios, de ser necesario. En el caso de haber más de uno, éstos están coordinados por un diseñador de producción, quien está a cargo de la estética general de la película. Estos directores tendrán asistentes y encargados específicos, como escenógrafos, encargados de vestuario, modistas, maquilladores, peluqueros/as, utileros y otros miembros suplementarios como pintores, carpinteros o constructores. También dependen de esta área especialistas en los efectos visuales y ópticos que se realicen en el rodaje, así como otros efectos realizados durante la fase de postproducción. (Arte Wikipedia 2008)

2.3.30 FOTOGRAFÍA

El es la persona que determina cómo se va a ver la película, es decir, es quien determina, en función de las exigencias del director y de la historia, los aspectos visuales de la película: el encuadre, la iluminación, la óptica a utilizar, los movimientos de cámara, etc. Es el responsable de toda la parte visual de la película, también desde el punto de vista conceptual, determinando la tonalidad general de la imagen y la atmósfera óptica de la película.

El equipo de fotografía es el más numeroso y se compone, además del director de fotografia, del camarógrafo, el primer asistente de cámara o foquista, el segundo asistente de cámara, el cargador de negativos, el gaffer o jefe de eléctricos, los eléctricos u operadores de luces, los grip u operadores de trabellyng o dolly, los estabilizadores de cámara (steady cam) y otros asistentes o aprendices. (Zettl H.)

2.3.31 TIME-LINE

Calendario que muestra los periodos de tiempo destinados para las diversas actividades durante un día de producción, también se le denomina calendario de producción. (Zettl H.)

2.3.32 SONIDO

En rodaje, los encargados del sonido cinematográfico son el sonidista y los microfonistas. En la postproducción se suman el editor de sonido, el compositor de la música incidental y los artistas de efectos sonoros (foley) y de doblaje, para generar la banda sonora original. (Sonido 2008)

2.3.33 AUDIO

Aunque el término televisión no incluye en su significado el audio, el sonido de un espectáculo de televisión es muy importante. El audio en televisión no solo comunica información precisa, si no que también contribuye de manera fundamental a crear el ambiente y la atmósfera de una escena. La función estética del sonido (que sirve para percibir un acontecimiento o para sentirse de una forma particular) resulta obvia cuando se escuchan los sonidos de fondo. (Zettl H.)

2.3.34 ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN DE AUDIO

Son los micrófonos y el equipo e instrumentos para el control, grabación y reproducción del sonido, tanto para producciones dentro del estudio como fuera de él. (Zettl H.)

Capítulo 3

PROPUESTA GRÁFICA

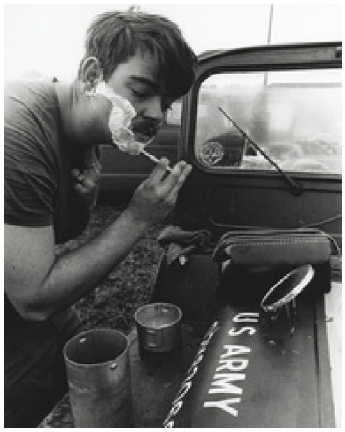
PROPUESTA GRÁFICA

Reflexión y definición del concepto creativo

3.1 DIMENSIÓN CONCEPTUAL /

"La idea o concepto es la parte más importante del trabajo, cuando un artista utiliza una forma conceptual del arte, significa que todo el planteamiento y las decisiones están hechos de antemano; la ejecución es un asunto superficial. La idea se convierte en una máquina que hace el arte". (Sol Le Witt Likzae)

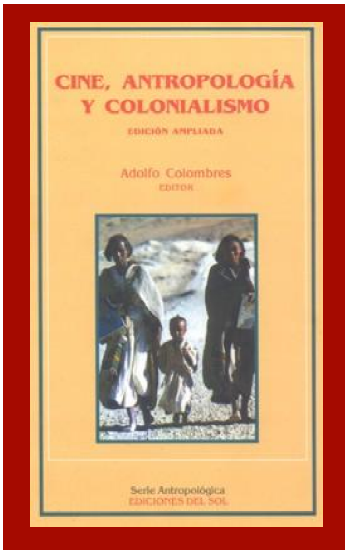
Llegando a este punto se hace ya un acercamiento a la estructura narrativa de las ideas, que cada vez se muestran más claras, esta estructura servirá para encaminar los elementos de la idea. El trabajo de investigación, reconstrucción y formación del pueblo maya, que realiza la asociación Uk'ux b'e, será la base para la creación de un concepto que dará vida al video institucional, que pueda representar la identidad de dicha asociación, los valores y las estrategias que se utilizan dentro de la asociación en el desarrollo del proceso organizativo, las cuales son: 1) Estrategia de fortalecimiento y gestión organizacional para la sostenibilidad integral del proceso. 2) Estrategia de formación maya para el ejercicio del Ajpopab'. 3) Estrategia de organización comunitaria para la reconstrucción del Mayab' Siwan Tinamit. 4) Estrategia de investigación y sistematización del Zt'onoj y el Ppixab' de los seres de Uwach Uleh.



Manouvre de fred wiseman

Narrativamente el video va a estar orientado en el retorno a un punto de partida, tendrá un acercamiento más humano, resaltando el trabajo ya realizado, uno de los elementos atractivos de este video institucional se dará en la introducción, basada en una analogía de la cosmovisión del pueblo maya, representada por medio de ilustraciones y animación que connotan la visión de Uk'u'x B'e. Se manejarán elementos que se puedan utilizar a lo largo del video superponiendo animaciones dentro de imágenes en movimiento que funcionen como elemento decorativo y representativo del arte y la cultura maya. Se realizará una mezcla de tipo de "cine directo", con "cinema várité", utilizado por cineastas como Fred Wiseman y Jean Rouch, que se basan en la espontaneidad, en intervenir lo menos posible, sin preparación aparente para que los protagonistas no adopten posturas diferentes a la realidad, esto en cuanto a escenas donde se representen actividades realizadas de la asociación; en cuanto a contenido de información será un video de puesta en escena, donde existen acuerdos previos con el narrador en cuanto al contenido y entrevistas en donde la planificación es necesaria. El contenido se presentará con una voz en off, alternándose con entrevistas.

A pesar de tener ya un amplio conocimiento de la Asociación y del contexto, no se realizará un guión cerrado ni abierto completamente pues según Patricio Guzmán la falta de contacto directo con la realidad en el momento de filmar, impedirá elegir elementos que al momento de editar podremos tomar como importantes o no, además de tener flexibilidad para poder utilizar elementos imprevisibles que sean funcionales, será cerrado en cuanto a el contenido de información y la estructura pero abierto por el lado de selección de tomas, imágenes y elementos visuales. Durante la realización de este video existirán actividades en donde no se puede programar una acción o una toma o tal o cual actitud, es por eso que no se puede definir un tipo de guión, ya que no podremos manejar la realidad a nuestra manera, más bien será según las posibilidades.



Será de tipo omnisciente, ya que se establecerá un narrador, con voz en off que relate el contenido.

Se utilizarán varios niveles narrativos en cuanto a elementos, (archivos, entrevistas, grabaciones) que serán proporcionados por la asociación, esta técnica es utilizada por los españoles Villaronga y Recine, en la historia de un supuesto marino mercante húngaro que asesinó a siete personas en una misión guatemalteca.

Se trabajará en relación a la idea manejada de Adolfo Colombres, en su libro "Cine, Antropología y Colonialismo" donde ya no se plantea la idea de que un realizador haga una película sobre los indígenas si no con los indígenas. Entonces este video será el resultado de un trabajo en equipo donde se comparte una misma visión.

3.2 DIMENSIÓN ÉTICA /

Existe una serie de valores que se deben tomar en consideración al momento de elaborar el video institucional. Debido a que se trata de una asociación que trabaja para la reconstrucción de los valores del pueblo maya, también cuenta con su propio código de ética.

3.2.1 DENTRO DE LA ASOCIACIÓN

Bé: Distinguimos las distintas posibilidades y opciones de actuación y optamos por el camino claro, paciente, que nos conduce a la transparencia, a la equidad, al equilibrio a la complementariedad y a la convivencia respetuosa.

Aj: Promovemos el liderazgo colectivo para la regeneración de la vida material y espiritual del territorio Mayab' Tinamit.

Samaj: Reconocemos y aceptamos las cualidades de todos lo seres de la Madre Naturaleza que trabajan de forma colectiva para sustentar la vida, integrándose activamente a esa colectividad.

Tzij: Respetamos el valor de nuestra palabra en correspondencia al valor de la palabra comunicación de todos lo seres de la Madre Naturaleza.

Utzil: Practicamos y promovemos el Tojb'al (reciprocidad) con las atenciones de la Madre Naturaleza para mantener el equilibrio y armonía de la vida.

Pixab-Tz'onoj: aprendemos de la conciencia, los conocimientos, la palabra y la autoridad de los seres de la Madre Naturaleza, comprometiéndose a reivindicarlo en el seno de la vida comunitaria y en otros ámbitos.

K'at: Aportamos a la reivindicación de los derechos históricos del Mayab' Tinamit y de los Pueblos Indígenas.

Tob'anik: Actuamos solidariamente con las reivindicaciones de sujetos sociales que luchan por sus derechos.

3.2.2 CON LA COMUNIDAD

Los elementos de diseño creados para la Asociación Maya Uk'u'x B'e en ningún momento van en contra de los intereses de la comunidad nacional.

La pieza de diseño, contribuirá con el mejoramiento y crecimiento de la Asociación, lo cual puede llegar a generar más empleo dentro de la comunidad.

3.2.3 CON EL USUARIO

Se satisface la necesidad de información del usuario nacional y extranjero, respetando su tradición y cultura.

Se realiza el proyecto con eficiencia y eficacia, lo que implica, calidad a un costo razonable.

3.2.4 CON EL CLIENTE

Se trabaja únicamente para la Asociación Uk'u'x B'e, de hacerlo para otras organizaciones con los mismos objetivos, se tendrá que llegar a un acuerdo con lo encargados de las mismas.

La información recopilada de la Asociación es tratada confidencialmente, así como los objetivos, tecnología, métodos de producción y divulgación del material.

La elaboración del material no será expuesto a ningún medio de comunicación como la prensa o portafolio, sin previa autorización del cliente.

Ya que es un trabajo realizado para el Proyecto de Graduación de la licenciatura de Diseño Gráfico. No se cobrará ninguna cantidad a la Asociación.

Se elaborará un materia a conciencia, de una forma creativa y buscando siempre la calidad.

Se trabajará siempre con el debido respeto por las creencias e ideas de la asociación.

3.2.5 CON LOS COLEGAS

Dentro de la asociación no se encuentra ningún diseñador realizando este tipo de trabajo. De haber sido así, se le notificaría para obtener su aprobación, para la realización del proyecto.

No existe plagio en cuanto a trabajo realizado por colegas.
Si fuera necesario utilizar una pieza de diseño de algún colega, se contará con la autorización necesaria del autor y los debidos créditos.

Se podrá solicitar, o exigir al cliente el uso del nombre en el material elaborado, siempre y cuando haya sido producido dentro de un estándar apropiado de calidad.

3.2.6 CON EL MEDIO AMBIENTE

Al momento de diseñar productos o empaques se tendrá presente que el material minimice el daño al medio ambiente y que sea seguro para todas las personas.

Se tratará de minimizar el uso de material contaminante, que ponga en peligro el aire, el agua, la tierra o la vida, en la elaboración de material y empaque.

Se procurará minimizar pérdidas, se hará diseño de empaque para la durabilidad, adaptabilidad y reciclaje del empaque.

El mensaje que se quiere transmitir con la elaboración de un video institucional, es que existen organizaciones que están trabajando para la sensibilización de las personas en cuanto a la realidad y perspectivas de pueblo maya, así como en investigación y reconstitución.
Haciendo un trabajo organizado tomando en cuenta la participación de la sociedad en general y a los mismos pueblos mayas; los padres de familia, los ancianos, las mujeres, los jóvenes y niños de la comunidad, para afirmar su identidad y derechos.

Dentro de este apartado serán de gran importancia aspectos como:

3.3.1 EL LENGUAJE

Hablando del video institucional, este se realizará a corto plazo en idioma español, y a largo plazo en dos versiones más, uno en idioma K'iche' y otro subtitulado en inglés, esto con el fin de abarcar además un grupo objetivo secundario.

3.3.2 LAS IMÁGENES Y TOMAS

Tendrán que transmitir emociones, además de ser funcionales y que aun sin el sonido puedan transmitir el mensaje. Las tomas de entrevistas se harán desde un solo ángulo, ya que el espectador no tiene que percibir que hay otra persona tras la cámara.

3.3.3 EL CONTENIDO

Debe existir una relación entre lo que se dice y lo que se ve, por eso es importante analizar bien el contenido, para abarcar los aspectos más relevantes sin dejar posibilidades de dudas, tendrá que ser además claro, verídico y concreto. No se deberá reiterar la información de la voz en off con las imágenes, ya que se estaría subestimando la capacidad de la audiencia.

3.3.4MATERIAL DE ARCHIVO

Se utilizará material ya filmados así como fotografías, siempre y cuando apoye el contenido del video y no sea solo decorativo o relleno.

3.3.5 DURACIÓN

Tendrá una duración menor a 10 minutos, esto con el fin de mantener la atención del público.

3.3.6 ILUMINACIÓN

Es fundamental para la calidad de imagen, se hará entonces el mejor uso de iluminación, un tipo específico de luces colores blancos y espacios aptos para evitar tonos diferentes.

3.3.7 TIPOGRAFÍA

Tipos de letra clara que pueda ser legible sin dificultad para que no se pierda la atención.

Diseño: Las sans serif o palo seco serán las más adecuadas, ya que la pixelación en la pantalla hará que esta se vea limpia. Neo-grotesca o paloseco de transición para títulos y humanistas para los bloques de texto.

Palo Seco

Tipo: Existen tipos de letra creado especialmente para ser vistos digitalmente, se hará la selección al momento de ver en conjunto el diseño, entre Verdana, Tahoma y Trebuchet .

Verdana Tahoma Trebuchet

Espacio entre letras: El espacio entre letras y palabras no será tan amplio ni demasiado reducido para que tenga buena visibilidad.

E s p a c i o Espacio

Tamaño de la letra: deberá ser el tamaño ideal, no muy pequeño que canse al lector ni demasiado grande que dificulte la lectura. Para títulos 70 puntos y para subtítulos 18 puntos.

Título Subtítulo

Longitud de la letra: Será regular, de modo que no dificulte el paso de una letra a otra.

Longitud Longitud

Color: para los títulos se utilizarán fondos diseñados con colores ocres, con tipografía oscura, que no haga perder visibilidad.

Alineación: para los subtítulos se utilizará el texto alineado a la izquierda, ya que crea un equilibrio y es la alineación más legible.

ksf efrweb ndskdn
lswndl
dejmk=lekdlsijc89jkdcn
dcndfñklaçd,fsdf
dslf, ekekkdfds´
fkdsçfsçdf
sdf
fkpefkefwkfñ,nlnwef
dlsñfmruf fmsd903ur
awelfmñeowfjk9

3.4 DIMENSIÓN ESTÉTICA /

Según afirma Kant, la estética "es la ciencia cuyo objeto primordial es la reflexión sobre los problemas del arte". (Kant, Crítica del juicio. 1970)

La estética tiene relación directa entonces con la selección de elementos que conforman el video institucional, se utilizarán elementos de diseño que atraigan la atención del grupo objetivo, para lograr armonía se tendrán que analizar y seleccionar cuidadosamente aspectos como:

3.4.1 TIPOGRAFÍA

Se tendrá que tomar en cuenta el color, el contraste y la legibilidad, además de la buena colocación dentro del espacio.

3.4.2 COLOR

Se utilizarán colores ocres para fondos, transiciones e ilustraciones, teniendo como alternativa el blanco, rojo, amarillo y negro, ya que eran los colores más importantes para los mayas, debido a la relación con los cuatro puntos cardinales, rojo el Este, negro el Oeste, blanco el Norte y amarillo el Sur.

3.4.3 ILUSTRACIONES

Serán hechas con relación al gran misticismo de la cultura Maya, usando siempre los colores con matices y tonalidades ocres. Serán hechas a mano usando la técnica de acuarela, y recreando la misma calidad de dibujo hecha por los mayas utilizando líneas negras que limiten las formas, luego se digitalizarán y animarán colocándolas dentro del video, utilizando figuras ya creadas en las inscripciones mayas.

3.4.4 ANIMACIÓN

Se utilizará como introducción y como cierre del video institucional, con las ilustraciones y acompañando una analogía que se relaciona con el valor del pueblo maya.

3.4.5 LOCUCIÓN

Este aspecto es muy importante, se hará la selección, tomando en cuenta la buena pronunciación, el tono, el énfasis de expresión y entonación para realzar importancia de lo que se dice, además de presentar confianza y seguridad en lo que está diciendo. Se deberá encontrar a un personaje que tenga carisma, que transmita más allá de sus palabras.

3.4.6 REDACCIÓN

Puede tenerse una locución idónea, pero si la redacción del contenido es mala, de nada serviría, así que hay que hacer una buena redacción en cuanto al guión del video.

3.4.7 IMÁGENES Y TOMAS

Habrá que realizar una buena selección de imágenes, tomando en cuanta tomas, posiciones, encuadres, color, enfoque, luz, para que puedan transmitir no solo información si no también sentimientos y emociones.

3.4.8 MÚSICA

Este es un factor también importante, la música tiene que tener congruencia con el tema y el grupo al que va dirigido, se utilizarán además sonidos que apoyen a las imágenes. La música tendrá que adquirir un significado simbólico de gran valor, además de marcar cierto ritmo dentro del video. Santiago Álvarez es un documentalista cubano, que emplea la música como valor fundamental de sus obras.

3.4.9 RITMO VISUAL

Es importante que se exista un ritmo, la naturaleza tiene un ritmo, con esto se logrará armonizar las escenas, utilizando formas, colores, líneas y tiempos. Existirá además una secuencia en el ritmo de los cortes. El ritmo no debe ser caprichoso, porque se puede confundir, crear saturación y entonces se pierde completamente.

3.4.10 COMPOSICIÓN DINÁMICA

Dentro de alguna toma se tendrá que mantener la composición, por ejemplo en algunas entrevistas, la posición de la cámara, la posición del entrevistado, incluso sus movimientos, ya que si fueran bruscos se romperá esa composición y el ritmo.

3.4.11 CREATIVIDAD

De acá surgirá la idea, crear elementos visuales que sean capaces de crear emociones. El diseño se realizará de forma que no parezca un video institucional convencional, esto con el fin de mantener la atención del grupo objetivo y transmitir el mensaje de forma que quede posicionado.

3.5 CONCEOTO CREATIVO/

"Reconstitución de las Raíces del pueblo Maya"

El video contendrá en la mayor parte elementos propios de cultura maya, ilustraciones, imágenes, música, color, así que será una forma de retomar el valor de la cultura y el arte Maya.

3.6 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN/

Para que los objetivos puedan ser alcanzados se hacen las siguientes recomendaciones: El video deberá ser presentado en las distintas actividades de la asociación maya Uk'u'x B'e, tanto sociales, políticas como culturales, en las cuales convergen todos los sectores a los que se pretende llegar, el video institucional aparte de ser informativo ya es un medio de comunicación por sí mismo.

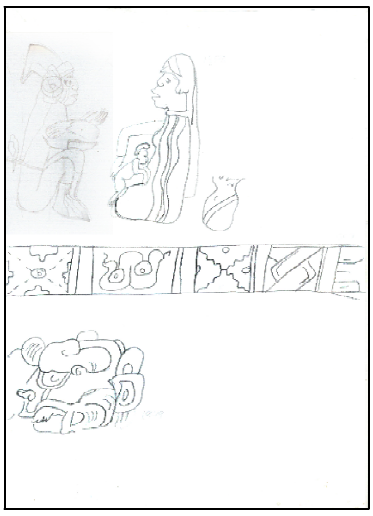
Se implementará una versión comprimida del video, que se podrá integrar dentro del sitio web de la asociación.

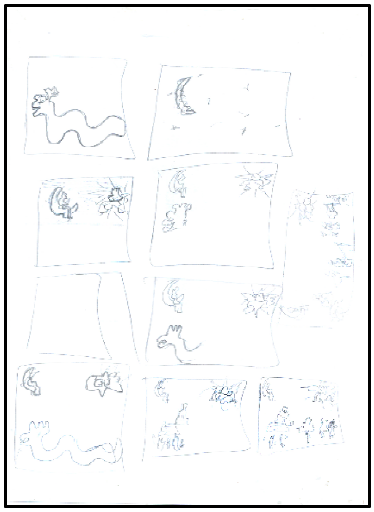
Cada uno de los integrantes y colaboradores de la asociación enviará el video institucional o bien la dirección electrónica del sitio donde se encuentra el video, a todos sus contactos de correo electrónico.

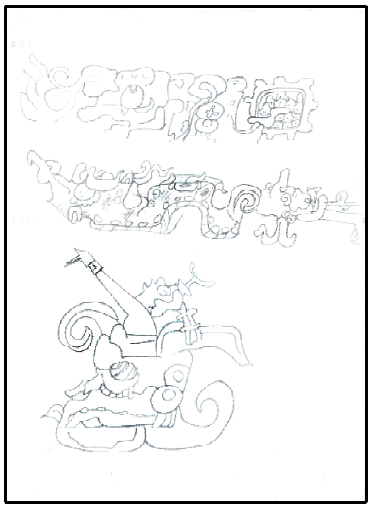
Se distribuirá el video en las actividades, nacionales e internacionales de forma gratuita..

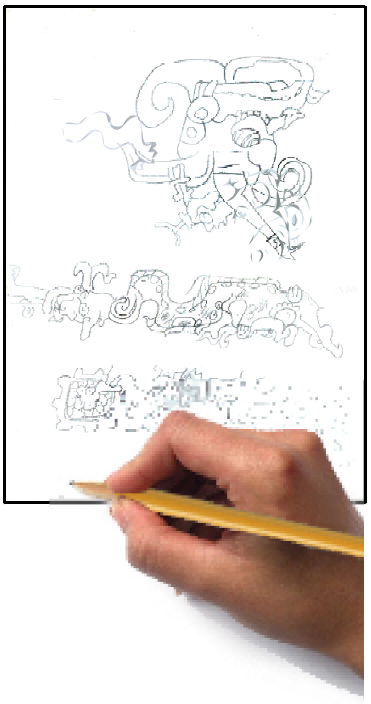
3.7 PRIMER Y SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN /

Se realizó una lluvia de ideas, surgieron bocetos y prebocetos realizados a mano, únicamente a lápiz, están tomadas de vasijas y platos mayas reales, con la línea bien definida, tanto de transiciones para el video, como tipografía, escenas, analogía y demás elementos.



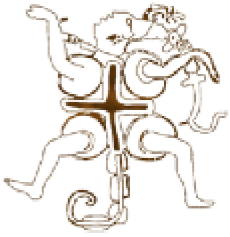






Varias de las ilustraciones se pintaron a mano con la técnica de acuarela para tener variedad de opciones al momento de realizar la selección, tratando en todo momento mantener la calidad de los trazos de las referencias.

Ilustración de un plato maya



Representación realizada digitalmente

Se escanearon sin ninguna otra técnica para poderlos trabajar como imágenes digitalmente, para poder obtener otra calidad de línea a algunos se les dio color a mano y a otros digitalmente, trabajándoles también la línea. Se utilizaron filtros en algunas para cambiar la calidad de dibujo y hacerlos parecer más antiguos.

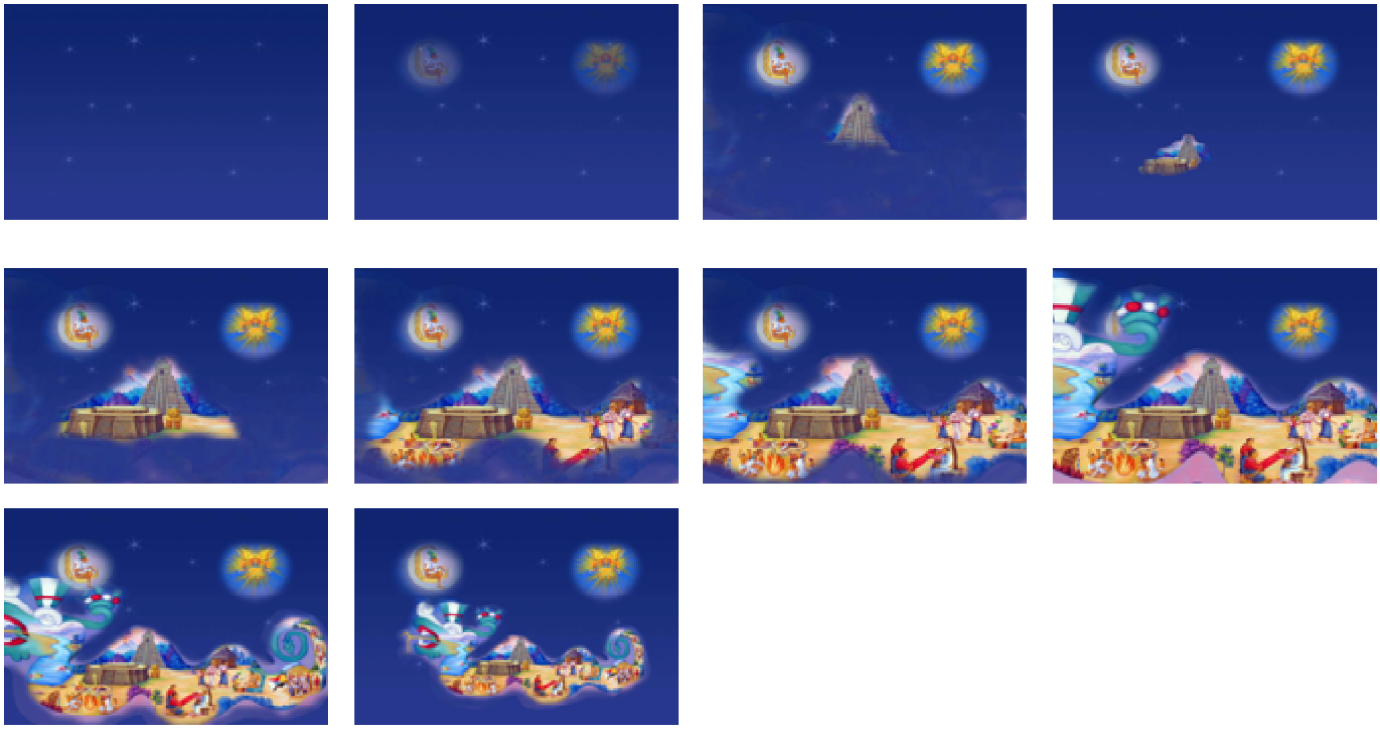
delineado digital

pintado digitalmente

delineado con filtro

Ilustración Realizada a mano y digitalizada utilizando filtros.

Para la introducción se pensó en una analogía sobre la creación del hombre de maíz, por el Creador y Formador, así como la animación de la ilustración de la visión de la asociación.



Para los títulos de se pensó en decorar la tipografía, para que no fuera plana y pudiera atraer la atención.

Tahoma Verdana Trebuchet

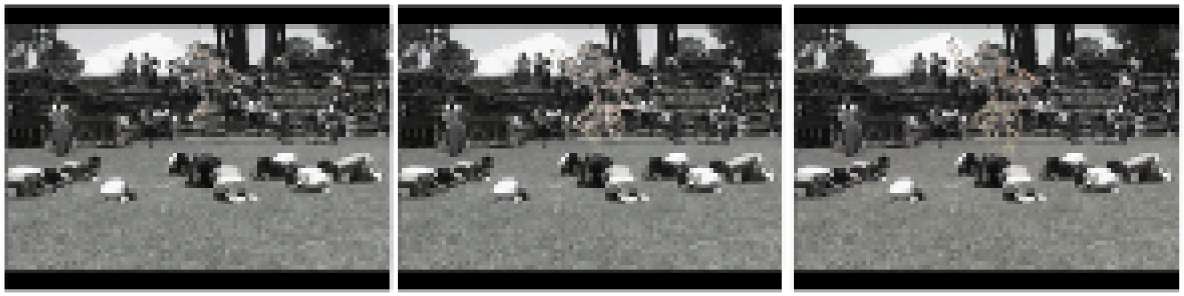
Tahoma Verdana Trebuchet

Tipografía Verdana con volumen dando la impresión de estar tallada.

Tipografía Verdana con delineado negro.

Tipografía Verdana con delineado digitalmente con pincel.

Cuando aparezca el texto, habrá también una animación de elementos mayas, como transfondo y en una tonalidad baja, ya sea con una o dos ilustraciones que entren y salgan de la escena.



Las ilustraciones irán colocadas dentro de las imágenes de forma decorativa y animada, manejando el color dependiendo del color de la imagen.

Se realizará una animación para los identificadores, por lo cual se hicieron varias propuestas y así poder seleccionar la que mejor se adapte.

3.8 JERARQUIZACIÓN Y SELECCIÓN DE LA PROPUESTA FINAL /

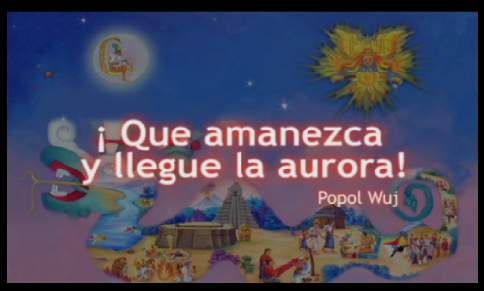
Las ilustraciones serán digitalizadas y manipuladas para hacer un buen contraste con las imágenes, utilizando solamente líneas.

Ilustraciones dentro del video.

Acciones

En cuanto a la tipografía, se utilizará verdana, que es una de las que fueron creadas para verse digitalmente y además la calidad de línea hecha con pincel, así como la animación donde se utilizan dos elementos.

Para las identificaciones se utilizarán cintillos de colores cálidos encendidos, con una representación maya y tipografía en color blanco.



Para la analogía se realizó la animación de la ilustración que plantea la Visión de la Asociación Maya Uk´u´x B´e, en tonos oscuros representando el cosmos, para finalizar al cierre del video con la imagen a color y en un amanecer.

Escaleta para el Video Institucional de la Asociación Maya Uk´u´x B´e

Desde el corazón del camino soñamos nuestro pasado para recordar nuestro futuro, en la construcción de los cuatro rumbos	Animación de ilustración representativa de la misión de la Asociación Maya Uk´u´x B´e.	Música de sonidos de la naturaleza, y de marimba	0.25 min.
Somos una organización de personas y comunidades Mayas con capacidad de interlocución con distintos actores sociales y estatales a nivel nacional e internacional, creando y promoviendo una corriente política por la reconstitución del Mayab' Tinamit, que contribuye al fortalecimiento del proyecto político maya.	Fotos de cumbre Fotos de marchas de Bolivia, Ecuador, Peru, Chile, México...	Música de marimba	1.2 min.
FUNDAMENTOS: Tenemos como base principal nuestra Cosmovisión que implica el reto de recrearla constantemente como lo han hecho nuestros antepasados. Asumimos el compromiso de continuar nuestras luchas y con la transmisión de los conocimientos a las futuras generaciones. Ante la globalización de los problemas que afrontamos todos los pueblos indígenas de Abya Yala y del mundo creemos que las luchas también se deben de globalizar. Así mismo nos solidarizamos con los pueblos que defiendan su autodeterminación y sus derechos.	Fotografías y Tomas de niñez, jóvenes, adultos, asambleas y alianzas	Música de marimba	1.45 min.
ACCIONES: 1. FORTALECIMIENTO Y GESTION ORGANIZACIONAL PARA LA SOSTENIBILIDAD INTEGRAL DE NUESTRO PROCESO.	Video interno de trabajo y o de equipo. Entrevista	Música de marimba	0.34 min.
2. FORMACIÓN MAYAB' PARA EL EJERCICIO DEL AJPOPAB'. Escuela de Formación Maya Programa Formativo Infantil Kokay Programa de Formación con jóvenes Diplomado de adultos Círculo de Análisis Participación en la Cumbre Continental de Pueblos y Nacionalidades Indígenas de Abya Yala	Video y fotografías del diplomado, del círculo de análisis y de la cumbre. Entrevista	Música de marimba	1.43 min.
3. ORGANIZACIÓN COMUNITARIA PARA LA RECONSTITUCIÓN DE MAYAB' SIWAN TINAMIT. ·Consolidación de los principios y valores Mayas para recuperar y reconstruir el ser, individual y colectivo. ·Promueve y facilita procesos dinámicos en el que involucran a las personas de las comunidades. ·Las actividades que se realizan están encaminadas a la aplicación de la Cosmovisión Maya, sus principios y valores, como forma de restauración en salud mental y social de las personas.	Fotos Marchas Fotos y video del Foro Social Fotos del trabajo con pastores y catequistas, ajqijab' Fotos con foros. Entrevista	Música de marimba	1.7 min.
4. INVESTIGACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN PARA LA REIVINDICACIÓN DEL TZ'ONOJ Y EL PIXAB' DE LOS SERES DE UWACH ULEU. Publicación de dos libros titulados: Fortalecimiento de la Participación Política de las Mujeres Mayas publicada en 2006 El Movimiento Maya sus Tendencias y Transformaciones 1980–2005 publicada en 2006 <u>Sistematización</u> Marco Curricular para la Reconstitución del Ser Mayab' año 2005	Fotos y video de Talleres radiales con niñez jóvenes y adultos Libros, guía curricular y Revista Fotos de transmisión. Entrevista	Música de marimba	1.8 min.
5. RETOS ·Fortalecimiento de la formación intergeneracional ·Fomento de la recuperación, reconstrucción, reconstitución del siguan tinamit ·Fomento de la reconstitución del ser mayab' ·Construir en conjunto el proyecto político del pueblo maya ·Diseñar en conjunto el enfoque de desarrollo pluralista que requiere nuestro país ·Contribuir paralelamente a la descolonización de nuestros pueblos ·Recuperar y reconstruir el consejo organizativo horizontal colectivo que conlleva cargos como el ajpatan , atacon y otros ·Contribuir y construir la democracia multinacional para la construcción de un estado multinacional.	Fotos de la cumbre de pueblos indígenas, así como de su participación en la vida política. Cierre de la analogía	Música de marimba	1.4 min.
Que amanezca y llegue la aurora	Cierre de la analogía	Música de marimba	0.9 seg.
Créditos			1.2 min.

3.8.1 FUNDAMENTACIÓN

Durante el proceso de elaboración de este material, fue presentado a la junta directiva de la asociación, tomando en cuenta siempre sus expectativas, así como sus necesidades, conjugándolas con los criterios de diseño correspondientes al área creativa.
De esta manera se dio solución al problema de la falta de material que difunda la labor de la Asociación, cumpliendo con el objetivo de fortalecer la imagen y la comunicación, de forma nacional e internacional, creando así un vínculo entre la asociación y la sociedad.

3.8.2 PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Sintesis del Video Institucional

Troquel para el empaque del DVD

Diseño del DVD

Asociación Maya
Uk'u'x B'e
2da. Calle 7-17 Zona 4
Chimaltenango
7839-2049
ukubeo@gmail.com
ukubeo@yahoo.com
www.ukube.org

3.8.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS /

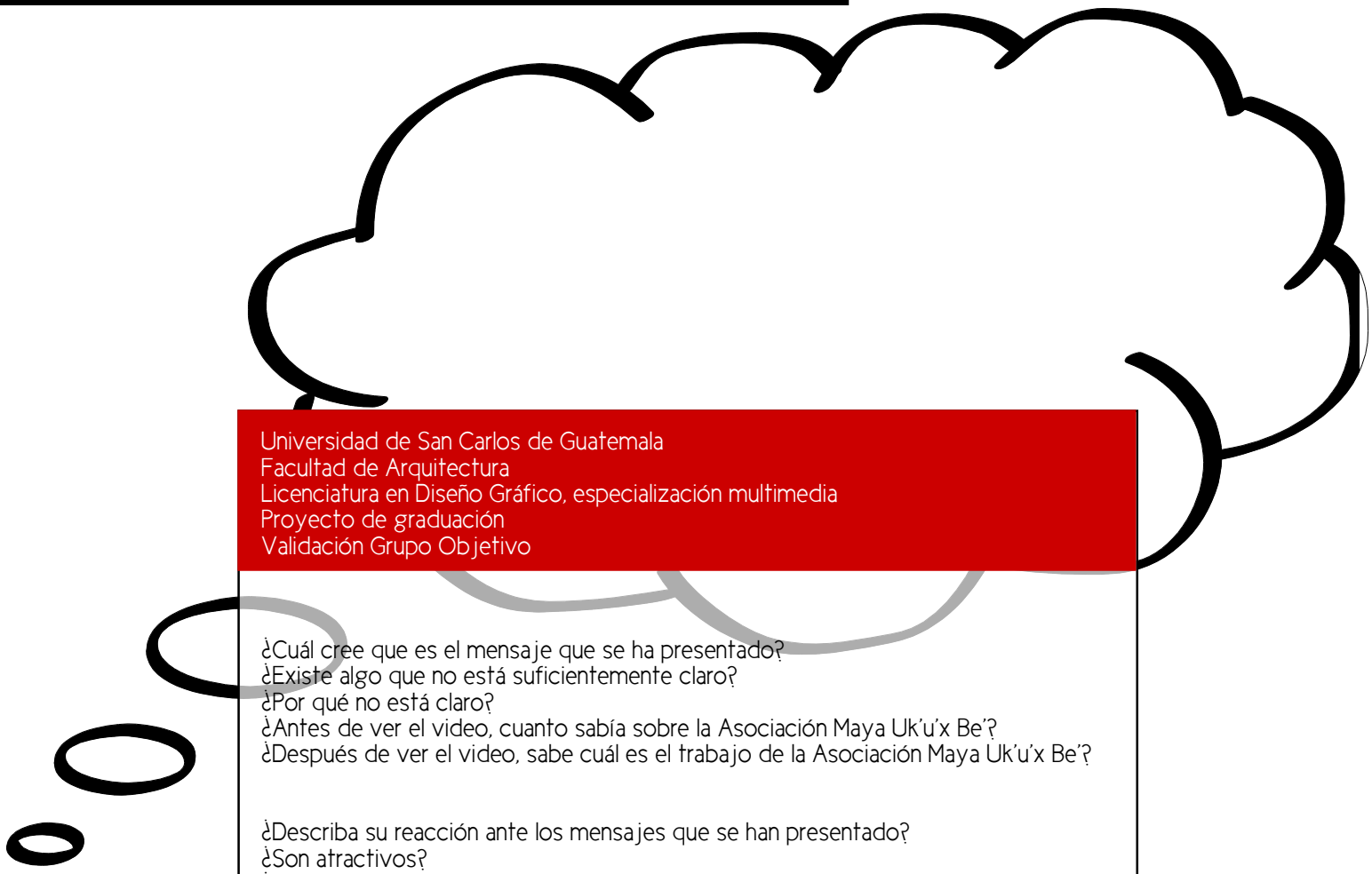
El video institucional está en formato mpg para poder visualizarse en cualquier reproductor o equipo multimedia, con lector de DVD, con una duración de 6:16 minutos.
La presentación del empaque es de 13.5"x13.5", que contiene un DVD con el video institucional, así como información impresa dentro del mismo empaque, con las direcciones físicas y virtuales de la asociación.

Capítulo 4
VALIDACIÓN

VALIDACIÓN
DE LA PROPUESTA

Se eligió como instrumento para la validación la encuesta para obtener una información descriptiva. Se preguntó directamente al grupo objetivo y a diseñadores opiniones acerca del diseño y la estructura del video institucional. Estas encuestas fueron hechas en forma directa, es decir se hicieron preguntas directas con dos o tres posibles respuestas y con un formato cerrado, formulando preguntas ya establecidas. El método de contacto utilizado fue la entrevista personal, ya que es más confiable la recopilación así como más flexible si se necesita formular preguntas que están fuera de la encuesta. A continuación se muestran las respuestas y sus respectivos resultados, según las encuestas realizadas.

4.1 VALIDACIÓN AL GRUPO OBJETIVO /



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico, especialización multimedia
Proyecto de graduación
Validación Grupo Objetivo

¿Cuál cree que es el mensaje que se ha presentado?
¿Existe algo que no está suficientemente claro?
¿Por qué no está claro?
¿Antes de ver el video, cuanto sabía sobre la Asociación Maya Uk'u'x Be'?
¿Después de ver el video, sabe cuál es el trabajo de la Asociación Maya Uk'u'x Be'?

¿Describa su reacción ante los mensajes que se han presentado?
¿Son atractivos?
¿Por qué?
¿Cree que el tiempo de duración es adecuado?

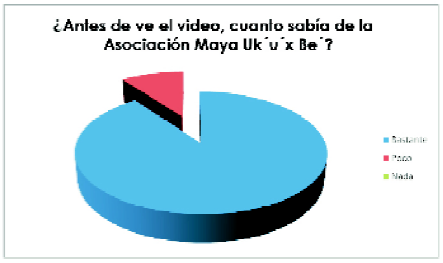
Los mensajes y la forma en que están presentados
¿Se parecen a la manera de expresarse de usted?
¿Son creíbles?
¿Expresan algo o presentan algo que no es aceptable para usted?

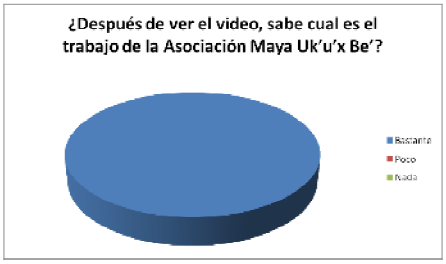
¿Se identifica usted con los mensajes presentados?
¿Por qué?
¿Se considera parte del problema o de la solución?

¿Usted haría algo de lo que sugieren los mensajes?
¿Qué haría?
¿Cuándo?
¿Por qué lo haría?

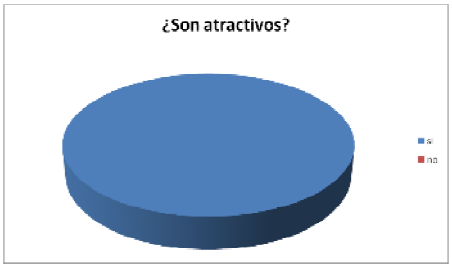
4.1.1 Resultados

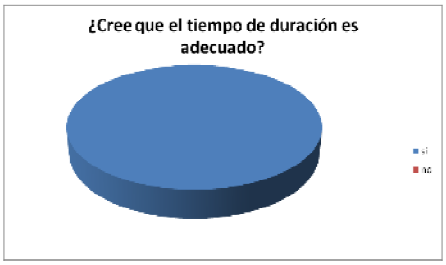
4.1.1.1 Comprensión

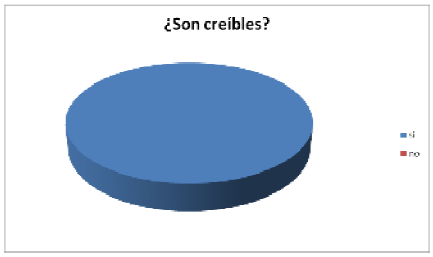




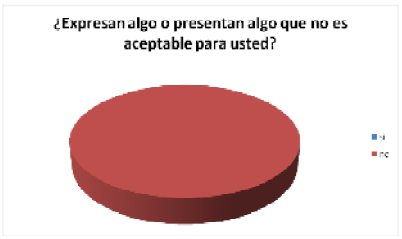
4.1.1.2 Atracción



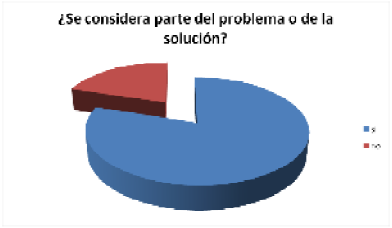


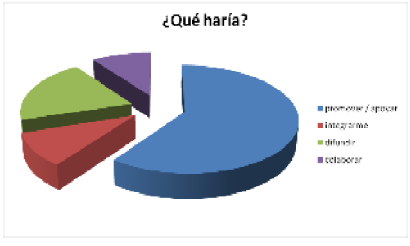


4.1.1.3 Aceptación

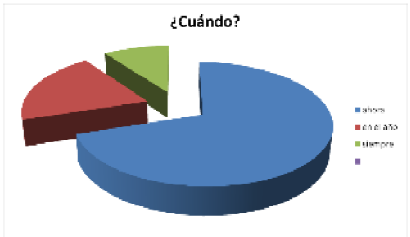


4.1.1.4 Involucramiento





4.1.1.5 Persuación



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico, especialización multimedia
Proyecto de graduación
Validación Especialistas en el área de Diseño Multimedia

¿Cree que es adecuado el tiempo de duración del video?
Bastante Poco Nada

¿Cree que la música tiene congruencia y apoya el contenido de video?
Bastante Poco Nada

¿Cree que las escenas respaldan el contenido de las narraciones?
Bastante Poco Nada

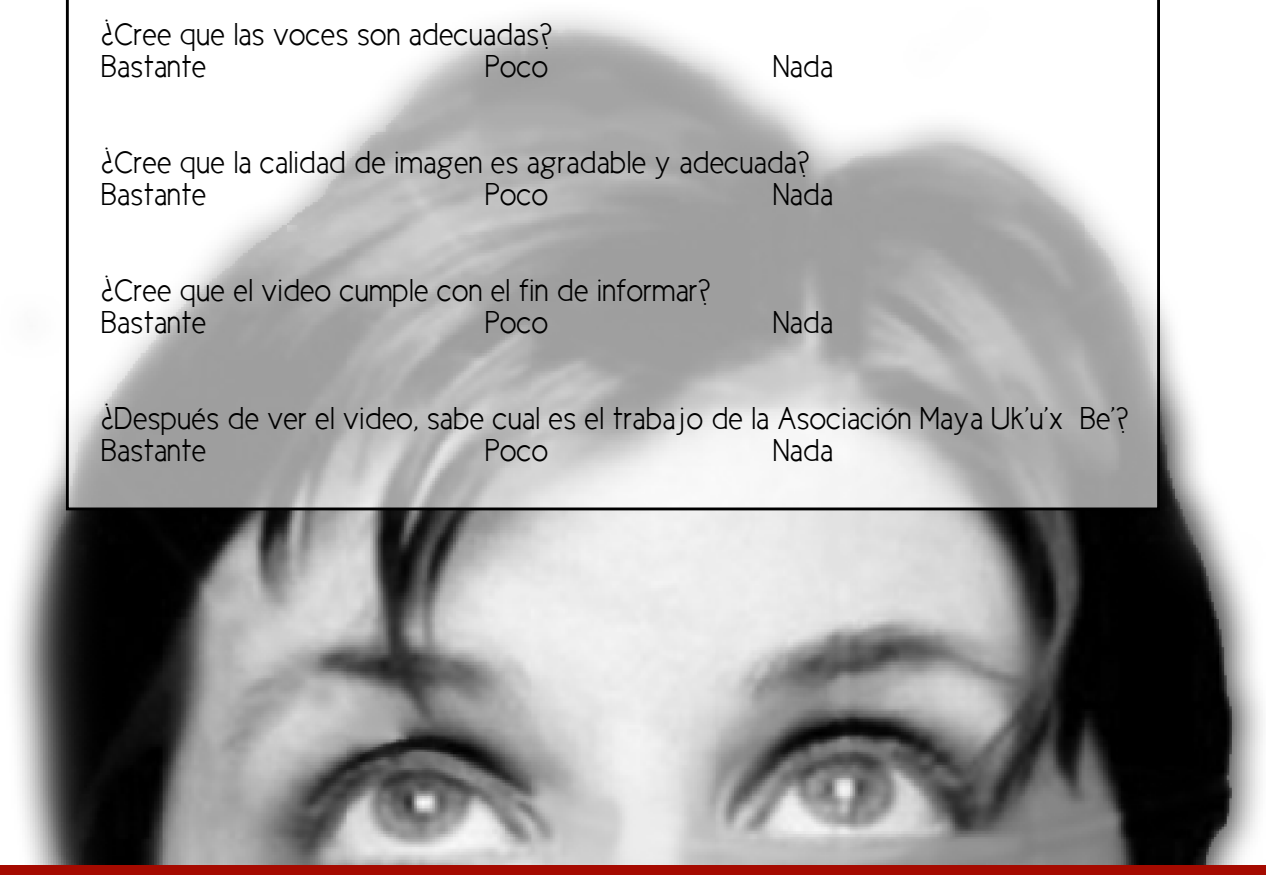
¿Cree que la tipografía es adecuada?
Bastante Poco Nada

¿Cree que las voces son adecuadas?
Bastante Poco Nada

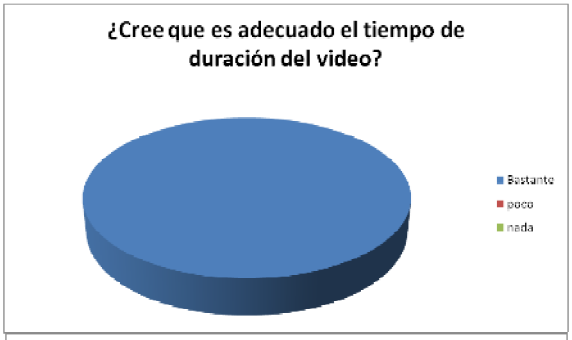
¿Cree que la calidad de imagen es agradable y adecuada?
Bastante Poco Nada

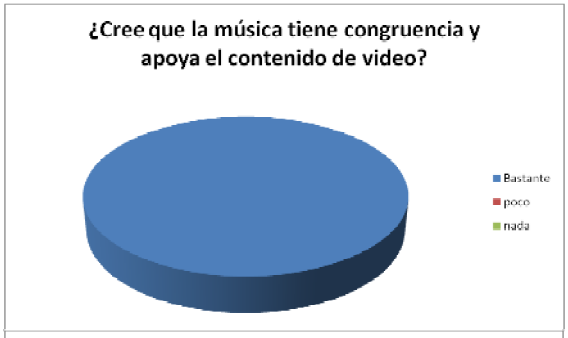
¿Cree que el video cumple con el fin de informar?
Bastante Poco Nada

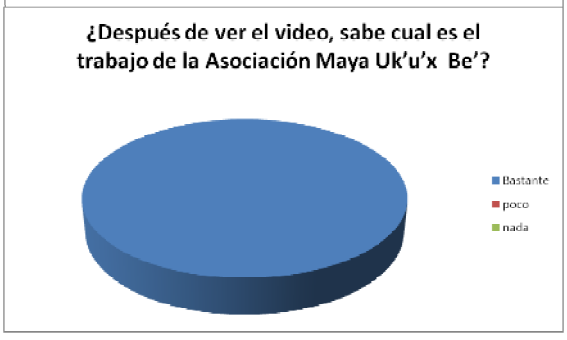
¿Después de ver el video, sabe cual es el trabajo de la Asociación Maya Uk'u'x Be'?
Bastante Poco Nada

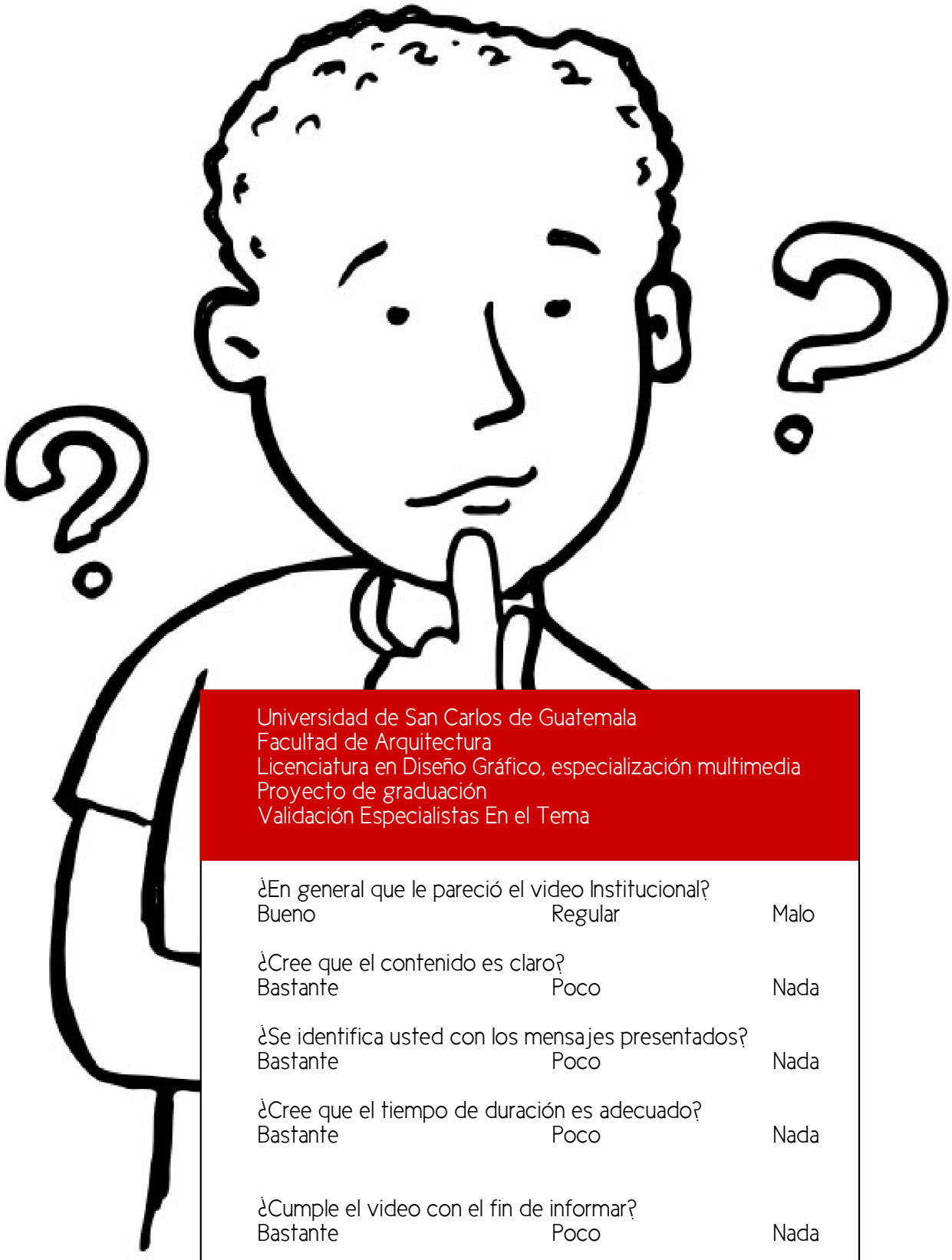


4.2.1 Resultados









Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Licenciatura en Diseño Gráfico, especialización multimedia
Proyecto de graduación
Validación Especialistas En el Tema

¿En general que le pareció el video Institucional?
Bueno Regular Malo

¿Cree que el contenido es claro?
Bastante Poco Nada

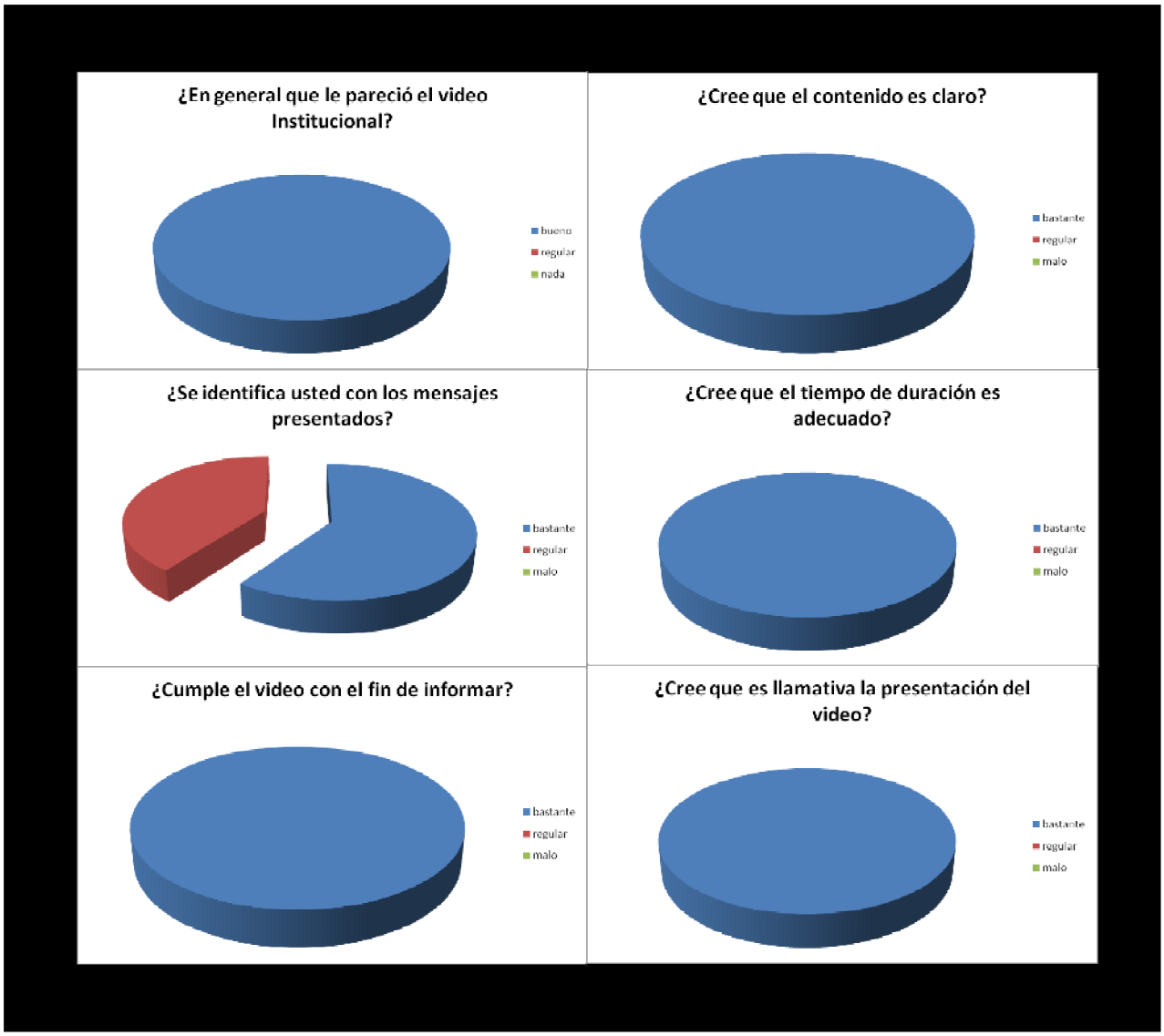
¿Se identifica usted con los mensajes presentados?
Bastante Poco Nada

¿Cree que el tiempo de duración es adecuado?
Bastante Poco Nada

¿Cumple el video con el fin de informar?
Bastante Poco Nada

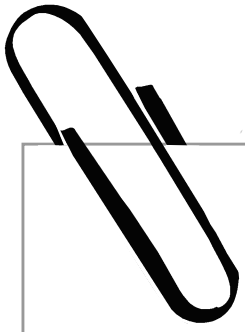
¿Cree que es llamativa la presentación del video?
Bastante Poco Nada

4.3.1 Resultados



Capítulo 5
PROPUESTA OPERATIVA

PROPUESTA OPERATIVA



5.1 PLAN DE MEDIOS /

El video Institucional de la Asociación Maya Uk´u´x B´e será creado en un formato mpg, para poder visualizarlo en cualquier reproductor lector de video. La duración total es de 6 minutos con 16 segundos, lo cual es una ventaja ya que no se requiere de tener mucho tiempo para poder verlo. Habrá versión comprimida del video poder colocarlo dentro del sitio web de la asociación. La presentación del empaque contendrá las distintas direcciones y medios para poder contactarse. Para poder llegar al grupo objetivo será presentado y entregado en las asambleas, foros y eventos que realice asociación sin ningún costo.

CONCLUSIONES

El trabajo realizado dentro de la Asociación Maya Uk'u'x B'e
resultó de gran apoyo para sus fines de comunicación y mediante la validación con el grupo objetivo y diseñadores gráficos, se logró establecer las siguientes conclusiones:

El Video Institucional cumple con el objetivo de "Informar" , no únicamente al grupo objetivo si no a la sociedad en general, acerca de las actividades, espacios de formación y filosofía de la Asociación Maya Uk´u´x Bé,

La creación del video Institucional, fortalece la identidad gráfica de la misma.

Promueve el interés, el acercamiento y la participación hacia el Pueblo Maya.

Promueve e incrementa en las organizaciones el intercambio, tanto a nivel de formación como en el área metodológica.

REFERENCIAS
Y
BIBLIOGRAFÍA

Asociación maya Uk'u'x B'e (1995). *El movimiento Maya*. Guatemala, Iximulew: Autor.

Asociación maya Uk'u'x B'e (2008). *Historia Mayab*. Guatemala, Iximulew: Autor.

Barrios, C. (2004). *Ch'umilal Wuj , El Libro del Destino*. Guatemala: Cholsamaj.

Bastos, Santiago; Cumes, Aura y Lemus, Leslie (2007). *Mayanización y vida cotidiana*. Guatemala: Flacso Cirma Cholsamaj.

Bastos, Santiago y Camus, Manuela (2003). *El movimiento maya en perspectiva*. Guatemala: Flacso, 2003.

Buxo, M; Delgado Ruiz M; Goldsem, R. y Pinto C. (1999). *De la investigasión audio visual*. Extraido el 15 agosto, 2008, de http://sanisidrocine.blogspot.com/2007/06/el-story-line.html

Carriére Claude J. (2007). *Práctica del guión cinematográfico*. Extraido el 15 agosto, 2008, de http://sanisidrocine.blogspot.com/2007/06/el-story-line.html

CALDH, Centro para la Acción Legal de los Derechos Humanos. (2009). *¿Y la Juventud Que?*. Guatemala: Servinsa

Chirix Sotz, Marvin David; Cusanero Elías, Juan y Noj Pablo, Juan José. (2003).

Información sobre los Pueblos Indígenas de Guatemala como insumo para el Proyecto Regional de Manejo Integrado de Ecosistemas por Pueblos Indígenas y Comunidades de Centroamerica. Tomado el 28 de septiembre, 2008, de http://www.ruta.org/admin/biblioteca/documentos/20.pdf

Etnicidad y relaciones étnicas. Extraído el 1 agosto, 2008, de http://www.antropos.galeon.com/html/etnicidad.htm

Fernández Diez F. (2006). *El libro del guión.* Ediciones días de santos.

Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill. (2004). *Mercadotecnia*. Tercera Edición. (Versión electrónica).

Fundación, gestión y participación social. FUNDACION GPS. Extraido el 20 agosto, 2008, de www.asociaciones.org)

Garcia Castaño, F; Pulido Moyano, A. y Montes del Castillo, A. (1992). *La educación multicultural y el concepto de cultura*. Revista iveroamericana de educación.

Global movie services. (2005). *Movimientos de cámara y tipos de plano*. Mexico. Extraído el 21 agosto, 2008, de www.gmsvideo.com/site/page.php

Guzmán Böckler C. (1975). *Colonialismo y Revolución*. México: Talleres Gráficos Victoria.

Imagen empresarial del video institucional al video para clientes 2008 estraido www.wikilearning.com/monografia.

Kanek Barrios G. (2005). *Sabios Consejos de la Sabiduría Maya*. Colombia: Cargraphics S.A. Bogotá.

Kolesas, Mabel. (2001). La cita documental. Argentina: Instituto de investigaciones gino germani, facultad de ciencias sociales, universidad de buenos aires Argentina.

Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall. (2003) *Fundamentos de Marketing*. Sexta Edición.

Lamb, Charles; Hair, Joseph y McDaniel, Carl. (2002) *Marketing*. Sexta Edición: International Thomson Editores,.

Lic. Staines, Leticia. *Revista digital universitaria*, volumen 5 numero 7. "pintura Mural Maya. 2004, tomado de http://www.revista.unam.mx/vol.5/num7/art40/ago_art40.pdf

Lucas Verdú, Pablo. (1987). *Principios de Ciencias Políticas*. Tomo II.

Martínez, Enrique y Sánchez, Salanova. *Tipos de plano. Los movimientos en el cine*. Extraído el 20 agosto, 2008, de www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/tiposdeplano.htm

Midwest comunications Corp. (197). *VIDEO PRODUCTS GUIDE (GUIA DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS)*

O´Guinn Thomas, Allen Chris y Semenik, Richard. (1999). *Publicidad*. : International Thomson Editores. (Versión electrónica).

Valle, Otto. (2008). Citas y Normas en el Proyecto de Graduación. Guatemala:Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, Universidad de san Carlos de Guatemala. (Inédito).

Potts. Ricardo F. (2008) *Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos y miembro de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico*. tomado de www.gestiopolis.com

QUINTO INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS EN GUATEMALA CAPÍTULO X, LOS DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS, 79. Extraído el 17 agosto, 2008, de http://www.cidh.org/Indigenas/23.GUATEMALA.2001.IND.doc

Rabiger, M. (2001). Dirección de documentales. Madrid.

Gaspar de Alba, Rosa Elena. Revista de la Universidad de Mexico, "*Jean Rouch. El cine Directo y la antropologia visual*", . Tomado el 15 se septiembre, 2008, de http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/3206/pdfs/96_98.pdf

Pineda Amo, Cristian. El documental como estetica.

Secretaria de planificación y programación de la presidencia- gobierno de Guatemala. (2008). *Guatemala, un país pluricultural*. Extraído el 1 de agosto, 2008, de http://www.segeplan.gob.gt/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=60&Itemid=121

Stuar, Sarah. (1987). *El video como herramienta de desarrollo local y de intercambio*, sur-sur, Revue Tiers Monde.

Tarrés Ruiz. (2000). *Sistemas audiovisuales*. Universidad Politécnica de Cataluña. España, Edicions UPC, ISBN . Vaughan, Tay. (1994). Todo el poder de la Multimedia. México: Segunda Edición, Editorial Mc Graw Hill.

www.animation.dreamers.com/clases/guion/guion3.php

www.alpha-filmaciones.com/videos.htm

www.cfdez.com/Galeria/public_html/index.html

www.cgunit.net/

www.cursos1000.com/curso-basico-como-hacer-cortometrajes-de-la-idea-al-guion-c1375.html

www.excentris.net/categoria/arte/arte-conceptual/

www.fotonostra.com/grafico/ importante de diseño

www.formacion.trabajos.com/formacion/1375/curso-basico-como-hacer-cortometrajes-de-la-idea-al-guion/

www.geocities.com/apuntesvideo12/

www.gestiopolis.com

www.google.com

www.graphicbook.com/b2c/index.php?page=pp_productos.php&tipo=1&md=1&codf=48

www.gmsvideo.com/site/page.php

www.iadb.org/sds/doc/1342spa.rtf

www.iigg.fsoc.uba.ar/Publicaciones/CDI/La_cita_documental.pdf NORMAS APA

www.ilo.org/global/About_the_ILO/Media_and_public_information/Broadcast_materials/Institutionalvideos/lang--es/index.htm

www.ilustradores.com/urdiales/index.html

www.lectorias.com/locucion.html Eric Fco. Diaz Serrano "comunicación commercial" RADIO

www.patricioguzman.com/

www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/tiposdeplano.htm

www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/encuadre.htm)

www.uk.youtube.com/watch?v=cLERFRQI5EY

GLOSARIO

Aguzados: Que tiene forma aguda.
Que es perspicaz y capaz de comprender y elaborar ideas de un modo rápido, claro y acertado.

Ah Puch: Dios de la Noche.

Ajpopab': Se entiende por Ajpopa'b el Consejo de Autoridad.

Autoformados: Que no tienen formación académica, se han formado a su manera.

Auto identificación: Identificarse por cuenta propia.

Autoimagen: la imagen uno tiene de sí mismo.

Banners: formato publicitario en Internet.

Betamax: formato de video, hoy descatalogado, introducido por Sony a principios de 1976.

Cautivo: {persona, animal} Que vive retenido por fuerza en un lugar.

Capitalismo: Sistema económico y social basado en la propiedad privada de los medios de producción, en la importancia del capital como generador de riqueza y en la asignación de los recursos a través del mecanismo del mercado.

Ceiba: Árbol tropical de tronco grueso, corteza cenicienta, copa muy amplia y casi horizontal, hojas palmeadas, flores rojas y axilares y fruto cónico que contiene las semillas pequeñas envueltas en una especie de algodón; puede alcanzar hasta 30 m de altura.

Calcáreo: Que contiene calcio.

Cineastas: Persona que se dedica al cine, especialmente como director.

Cinematográfico: Del cine o de la cinematografía, o relacionado con ellos.

Clichés: Tira de película fotográfica revelada, con imágenes en negativo, para su posterior reproducción en papel.
Idea o expresión demasiado repetida o formulada.

Códices: del latín Codex, "libro manuscrito", para denominar los documentos pictóricos o de imágenes que fueron realizados por los indígenas de México y América Central.

Contrainsurgente: Característica de las Políticas represivas estatales, que utilizando diversas medidas legales e ilegales tiene como objetivo detectar y destruir a los miembros y bases de apoyo de los grupos insurgentes.

Cosmogónicas: De la cosmogonía o relacionado con ella.

Cosmovisión: Manera de ver e interpretar el mundo:
su novela se basa en una cosmovisión melodramática del mundo.

Chaac: Fenómenos como la lluvia.

Cholq'ij: Calendario sagrado Maya.

Criollos: {persona} Que es descendiente de europeos y ha nacido en un país hispanoamericano.

Decimonónico: Que está anticuado o pasado de moda.

Discriminación: Trato diferente y perjudicial que se da a una persona por motivos de raza, sexo, ideas políticas, religión, etc.

Diversidad: Cualidad de diverso o variado.

Ek Chua: Dios vinculado con los comerciantes y productores de cacao.

Enajenante: Vender, donar o ceder el derecho o el dominio que se tiene sobre un bien o una propiedad.

Endógamo: divulgar conocimientos entre su personal.

Étnico: Perteneciente o relativo a una nación, raza o etnia.

Equidad: Cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones.

Estamental: Estrato social definido por unas determinadas características socioeconómicas, culturales o profesionales.

Estatales: Del estado o territorio, o relacionado con él.

Estigmatizada: Ofender la fama, el honor o la dignidad de una persona.

Estratificada: Disponer en estratos o en capas.

Exclusión: Sacar o dejar fuera de un lugar o de un grupo a alguien o algo.

Exógamo: Llevar la imagen empresarial al entorno del mercado.

Garífuna: Grupo étnico zambo que reside en Centroamérica.

Genocidio: Aniquilación o exterminio sistemático y deliberado de un grupo social por motivos raciales, políticos o religiosos.

Guerrilla: Formación militar no organizada en ejército que lucha por motivos políticos con el fin de imponer un determinado sistema político, económico y social en un lugar o país

Globalización: Proceso por el que cierto hecho, comportamiento o característica se plantea desde una perspectiva global o universal.

Hegemónico: Supremacía que un estado o un pueblo ejerce sobre otro.

Hunab – Ku: Principal dios de la cosmovisión maya, considerado el centro de la galaxia, y a su vez, el corazón y la mente del creador.

Incidencia: Cosa que se produce en el transcurso de un asunto, un relato, etc. y que repercute en él alterándolo o interrumpiéndolo.

Incidentales :{cosa, hecho} Que tiene poca importancia respecto de otra cosa o un hecho.

Interlocución: formal diálogo o conversación.

Interfaces: Dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.

Intergeneracional: Relación entre varias generaciones de personas.

Jeroglíficos: Escritura Que emplea signos que representan seres y objetos de la realidad y tienen un valor ideográfico o fonético.

K´ich´e': Comunidad lingüística Maya.

Kokay: Término K´ich´e que significa luciérnaga.

Kaqchikel: Comunidad lingüística Maya.

Kukulcán: La Serpiente Emplumada.

Locaciones: Lugares determinados para realizar una filmación

Mayab': El término Maya'b tiene un significado político (el arte de las interrelaciones de los seres que conviven y coexisten en la Madre Naturaleza), filosófico y profundo que se relaciona con la concentración, la reflexión y el análisis.

Mayab' Siwan Tinamit: El ser material y espiritual del territorio con todos sus seres vegetales, animales, minerales y humanos hijas e hijos de la Madre Tierra.

Meso América: Región centro-sureste de México, y la zona norte de Centroamérica.

Mestizos: {persona} Que es hijo de padres de diferente raza.

Militar: Individuo que forma parte de unas Fuerzas Armadas, ostentando un puesto jerárquico, (rango o grado) dentro de ellas.

Milpa: Tierra que se destina a cultivar maíz.

Multicultural: Que está compuesto de diversas culturas.

Omnisciente: Que conoce todas las cosas reales y posibles.

Pixab': Dentro de la cosmovisión Maya se complementa con el tz´onoj y forman El Gran Consejo.

Pluralidad: Variedad de aspectos, tendencias o características que coexisten en una cosa.

Pop-unders: Denota un elemento emergente que se utiliza generalmente dentro de terminología Web.

Precolombino: período que en América es anterior a la fecha del descubrimiento por Colón en 1492.

Propugna: Defender una idea o una acción que se considera útil o adecuada.

Protolengua: Reconstrucción probable de lalengua origen de un grupo de lenguas, sea una rama o una familia.

Quinquenal: Que ocurre, se hace o se repite cada cinco años o que dura cinco años.

Reconstitución: Hacer que una persona o cosa vuelva o pase a tener cierta calidad o condición.

Reivindicación: Reclamar o pedir {alguien} con vehemencia y firmeza una cosa a la que tiene derecho y de la cual ha sido desposeído o está amenazado de serlo.

Satanizar: Puede utilizarse con el significado de atribuir al enemigo cualidades extremadamente perversas.

Segregacionista: Separar una cosa de otra de la que forma parte para que siga existiendo con independencia.

Secular: Que pertenece a la sociedad laica y no al estamento eclesiástico o religioso.

Sincretismo: Tendencia a conjuntar y armonizar corrientes de pensamiento o ideas opuestas.

Sistematización Organizar un conjunto de elementos de manera que formen un sistema.

Turnio: Que mira con ceño o demasiada severidad.

Tz'onoj: Dentro de la cosmovisión Maya se complementa con el pixab´y forman El Gran Consejo.

Universalizante: Hacer universal una cosa:
las ONG tratan de universalizar la ayuda humanitaria.

Unívoco: Que siempre tiene el mismo significado o la misma interpretación.

Vestigio: Señal o huella que queda de algo o de alguien que ha pasado o que ha desaparecido.

.

ANEXOS

FICHA DE PARTICIPACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO /

Grupo Focal

Universidad de San Carlos de Guatemala / Facultad de Arquitectura / Licenciatura en Diseño Gráfico, especialización multimedia / Proyecto de graduación

Grupo de informantes:	
Fecha:	Hora de inicio:
Lugar:	Hora de finalización
Número de participantes:	Número de hombres:
	Número de mujeres:

	Nombres y apellidos	Institución	No. de cédula de vecindad	Firma
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10				

K'A PA UK'U'X B'E QACHIK'AJ RI QAQ'AXEM RECH UNA'TAJISAXIK RI PETINAQ, UWALIJISAXIK, UNUK'IK RI KAJIB' UK'U'X B'E.

Oj jupuq chi' winaq xuquje' oj mayab' taq komon ri k'o qeta'mab'al pa uwi' uk'exq'axb'al tzij, pa jalojoj taq tinamital xuquje' moloj rech umaq', xuquje' ri cha'qaja'. Kk'iysax, kya' ub'ixik jun ri uwu'ljisaxik ri mayub' tinamit che katob'an che uya'ik uq'ij we wokaj chak kech mayab'.

UXB'AL:
Qas nab'e uxe'al ri qano'jib'al oj mayab' jun chak wa' chi qawach qamaj amaq'el qaya uchuq'ab' pacha ri ojer taq winaq. Qak'am uq'ab' uterne'xik ri chuq'ab' xuquje' uya'ik kanoq ri no'jib'al chikech ri kek'iyik.

Ri k'uxk'ol quk'ulmuj chi kiwach ri nimalajk'ay , oj mayab' winaq rech abya yala qachomuj che ri qachuq'ab' xuquje' knimarisax uwach. Xuquje' kegato', kaqaya' ri qas yu'tal chikech ri tinamit.

1. Uchukuxik:

Uk'iyrisaxik xuquje' uchakuxik rech jalojoj taq utoq'oxik chi jujunal.

Qachomam uya'ik uchuq'ab' we qachak xuquje' rajawaxik kterne'x jun saqlaj b'e par i chak. Are kutzalij uwach ronojel ub'eyal ri chak che ktob'an che iloh'al chak che ri qati't qamam kik'ulumm kan ojer taq junab'.

2. Mayab' tijonik rech ri kichak ri ajpopub'.
   - Tijoh'al rech mayab' tijonik
   - Ub'eyal tijonik kech ak'alab0 kokay
   - Ub'eyal tijonik kech alab'om, alitom
   - Tijonik kech ri'jab' taq winaq
   - Nik'inik pa sctesik
   - K'olem pa riqoj ilh' kech mayab' taq amaq' xuquje' mayab' amaq' rech Abyu yala.

Kaqaya ri quq'ij che tijonik chikech ak'alab', alab'om alitom, xuquje' ri'jab' taq womaq. Kumal qetu'm che kepatanaj che uyakik ri tinamital. Qas rajawaxik kakib'an uterne'xik ri saqil che uchakuxik pa k'ak'lil chanim.

3. Moloj pa taq komon re kiyakik ri mayab' siwan tinamit.

Uq'aljisaxik ri xe'ul xuquje' ri mayub' b'antajik rech kwa'lijisax ri upetik ri winaq pa tukelal xuquje' pa jupuq.

Kuya ub'ixik xuquje'kiob'an che ub'anik ri chak pa q'ataj pacha kya' kokib'al ri winaq pa taq ri komon.

Ri chak kb'anik are kuterne'j ri mayub' kojb'al ri uxe'ul xuquje' ri ub'antajik. Jun b'e rech kkunax ri kichomab'al xuquje' kitinamital ri winaq.

UNIK'OXIK XUQUJE' UTZ'IB'AXIK RI TZ'ONOJ XUQUJE' RI PUXAB' KECH RI WINAQ.

RESAXIK KEB' WUJIL., KIB'I.

UWA'ALIJISAXIK RI KICHAK RI IXOQIB' EMAYIB' PA TAQ RI K'OLEM Q'ATB'ALTZIJ

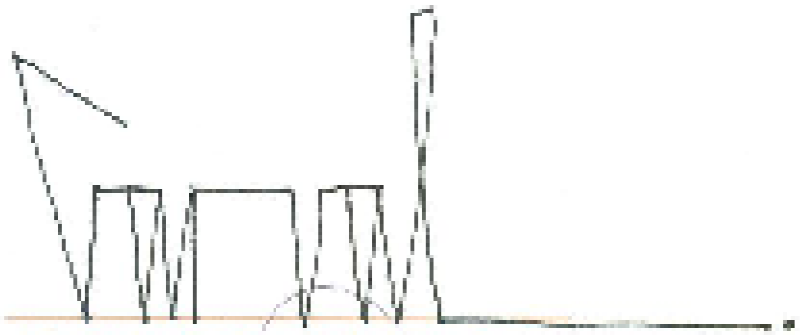
Qachomaj ech nim kipetik ri ixoqib', ri kkika'yej panoq rech ketob'an che uwulijisaxik, uq'inomarisaxik xuquje' ketob'an che uwa'lijisaxik. K'o pa qajolom che oj ixoqib' kaqab'an ri jalojoj taq chak pa ri mayab' no'jib'al. Xane jalajoj jastaq man ilim taj, rumal la' ronojel ri jastaq tz'ih'atal kumal ri achijab'.

QA'TZALIJ UTZ'IB'AXIK RI K'AXK'OL PA LE XK'ULMATAJ PA LE CH'O'J XUQUJE' RI KAKICHOMAJ RI MAYAB' TA MOLOJ.

Utz'ibpaxik
Utz'ub'axik pa animal uwujil chak, rech uwa'lijisaxik ri mayab' winaq.

RI KAJWAXIK.
Uk'iyarisaxik, uxo'lijisaxik ri tijonik.
Uq'ulijisaxik jas kab'an che uwa'lijisaxik ri siwan tinamit.
Uq'ulijisaxik ri uwa'lijem ri mayab' winaq
Uwulijisaxik pa junamil ri chakunik pa mayab' tinamit
Uq'alijisaxik pa junamil ri ukojik jalojoj b'anikil ri kraj ri qamaq'
Uyakik pa junamil ri k'axk'ol xk'ulmataj pa qatinamit
Uwalijisaxik xuquje' uyakik ri moloj taq chak pa jupuq che kuterne'j ri chak ajpatan, ajtaqo'n rachi'l nik'aj chik.
Uwalijisaxik xuquje' ukeyakik ri qatob'anik qonojel pa kyalit amaq'.

IMPRÍMASE



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Licda. Mónica Noriega Medrano
Examinadora

Lic. Otto René Valle
Examinador

Martha Alicia Chávez Juárez
sustentante

Guatemala 2008