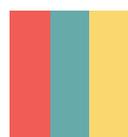




Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico



MATERIAL AUDIOVISUAL INFORMATIVO
ACERCA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN Y SU PROYECTO
DE REFORMA CURRICULAR 2015

Proyecto de graduación presentado por
Ana Victoria Santizo Gómez
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico
con énfasis multimedia.

Guatemala, abril de 2013



 NÓMINA DE AUTORIDADES

FACULTAD DE ARQUITECTURA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
VOCAL I

Arq. Edgar Armando López Pazos
VOCAL II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
VOCAL III

Br. Jairon Daniel Del Cid Rendón
VOCAL IV

Br. Carlos Raúl Prado Vides
VOCAL V

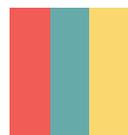
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
SECRETARIO

TRIBUNAL DE EXAMINADORES Y
ASESORES DEL PROYECTO

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Lic. Erika Grajeda
Lic. Gustavo Jurado
Lic. Sergio Morataya
Arq. Alejandro Muñoz Calderón



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



MATERIAL AUDIOVISUAL INFORMATIVO
ACERCA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN Y SU PROYECTO
DE REFORMA CURRICULAR 2015

Ana Victoria Santizo Gómez
Carné : 200810851
para optar a la
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, abril de 2013

Agradecimientos	5	Capítulo 4: Bocetos	35
Presentación	6	Previsualización	36
Capítulo 1: Introducción	7	Brief	36
Introducción	8	Producción de audiovisual	38
Antecedentes	9	Presentación final	38
Problema	10	Primer nivel / bocetos	39
Justificación	10	Animación de logotipo	54
Magnitud	10	Segundo nivel / bocetos	71
Trascendencia	11	Producción de audiovisual	71
Vulnerabilidad	11	Validación	74
Factibilidad	11	Diseñadores	74
Objetivos	11	Expertos	76
Capítulo 2: Perfil de la organización y público destinatario	13	Capítulo 5: Comprobación de eficacia y propuesta final	79
Perfil de la organización	14	Tercer nivel / bocetos	80
Perfil del grupo objetivo	18	Producción de audiovisual	80
Perfil geográfico	18	Validación	83
Perfil demográfico	19	Grupo objetivo	83
Perfil socioeconómico	19	Registro de cambios	85
Perfil psicográfico	19	Propuesta final	94
Perfil conductual	19	Fundamentación	101
Capítulo 3: Conceptos fundamentales del tema	21	Diseño	101
Conceptos fundamentales del tema	22	Conclusiones	110
Conceptos fundamentales de diseño	25	Lecciones aprendidas	111
Concepto creativo	28	Lineamientos para puesta en práctica	112
Relaciones forzadas	29		
Lo más cercano - lo más lejano	30	Glosario	114
Lluvia de ideas	32	Referencias bibliográficas	115
Concepto creativo	33	Anexos	117
Dimensión conceptual	33		
Dimensión ética	33		
Dimensión funcional	33		
Dimensión estética	34		



AGRADECIMIENTOS

Primero me gustaría agradecer a Dios, porque en este período me facilitó las cosas y permitió conocer a muchas personas y lugares que me ayudaron y apoyaron en gran parte a realizar todos mis proyectos, y por darme fuerzas para finalizar este proyecto con éxito y poder alcanzar una de mis metas, la de ser una profesional de algo que realmente amo hacer.

Agradezco a mi mamá y a mi papá, porque estuvieron pendientes de mí y me ayudaron y apoyaron incondicionalmente en este largo proceso, me dieron su comprensión y amor como ha sido en toda mi vida.

Agradezco a la Universidad de San Carlos por impulsarnos y motivarnos a ser mejores estudiantes y profesionales cada día, y darnos los medios para poder formarnos como personas exitosas y perseverantes a pesar de las realidades por las que pasamos cada día en este país.

Agradezco a mis catedráticos Gustavo Jurado, Erika Grajeda y Sergio Morataya, personas que me asesoraron con su conocimiento para poder crear un proyecto de calidad, y a quienes considero mentores para seguir adelante con mis estudios.

Le agradezco a Memito Penados por darme las fuerzas para seguir adelante y alcanzar todo lo que me propongo.

Me gustaría agradecer a todas las personas que se cruzaron en mi camino gracias a Dios y me ayudaron a realizar con éxito este proyecto: Sandie López, José Castro, Pablo Arteaga, Andrea Bermejo, Guillermo Gonzales, Maruth Ramírez, Tatiana Lara, Gabriela Paniagua, Elías Paredes, Rafael Sánchez, Sergio Morataya, Evelyn de León, Carlos Lara y Denis Guerrero.

A todos ellos, muchas gracias.





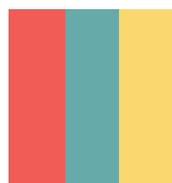
PRESENTACIÓN

El siguiente trabajo es una documentación del proceso de realización del Proyecto de graduación "Material audiovisual informativo acerca de la ECC y su proyecto de Reforma Curricular 2015", el cual tiene como objetivo informar acerca de los cambios que se planean para el Pensum de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación - ECC-.

Cuenta con información acerca de la historia de esta institución, así como también de los planes a futuro y los procesos planteados para el mismo.

Con el objetivo de alcanzar un producto efectivo se elaboró un estudio del grupo objetivo, por medio de instrumentos de recolección de información que recaudaron datos relevantes para crear un material atractivo para la comunidad estudiantil de la ECC.

Todo el proyecto contiene su respectiva documentación y fundamentación de procesos y conceptos de diseño aplicados desde la perspectiva del Diseño Gráfico y bien recibidos por el grupo objetivo.



CAPÍTULO UNO
Introducción



INTRODUCCIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos es una entidad que se dedica a formar profesionales en los campos de locución, publicidad y periodismo.

Es importante enfatizar que esta carrera se encuentra estrechamente relacionada con la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos, ya que ambas tratan temas vinculados con un objetivo principal: formar comunicadores.

Dentro de la misma entidad se encuentran dificultades que puedan llegar a afectar a la comunidad educativa de esta institución, tales como la falta de comunicación de procesos administrativos, falta de comunicación estudiante-docente y algunas otras, como la falta de práctica técnica de las asignaturas que se imparten en la casa de estudios.

El campo multimedia, dentro de la licenciatura de Diseño Gráfico, se especializa en capacitar a los alumnos en temas vinculados a medios audiovisuales, interactivos, animación, cine, entre otros, por lo que temas como la locución y el periodismo resultan ser útiles para expandir los conocimientos acerca del campo de lo multimedia.



ANTECEDENTES

Las actividades en la Escuela de Ciencias de la Comunicación que se registran relacionadas al tema de la Reforma Curricular se generalizan de la siguiente manera:

Desde el año 1976 no se han hecho cambios significativos en la carrera de licenciatura. En el año 1983, la carrera de Publicidad se creó y desde entonces se ha agregado un solo curso que es Vida Universitaria. Desde el año 1983 en la carrera de Locución solo han agregado 2 cursos: Problemas Etnoculturales de Guatemala y Vida Universitaria. En el año 2010 la carrera de Periodismo sufrió un cambio significativo en su pensum, el cual ha causado inconformidades por las siguientes razones:

No se consultó el cambio a estudiantes y docentes.

No hubo una campaña de comunicación que informara.

Hay inconformidad en la asignación de cursos.

Se publicaron 3 tablas de asignaciones diferentes y los estudiantes no saben qué cursos llevar.

El 2 de julio del 2012, el primer día del segundo semestre de estudios, el licenciado Sergio Morataya asume el cargo de Coordinador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. El licenciado Morataya lleva ejerciendo como catedrático desde el 2002 en asignaturas como Literatura hispanoamericana, Literatura guatemalteca, Periodismo investigativo y Semiología del mensaje. (Morataya, 2012: Entrevista)

Las encuestas realizadas en el año 2012 muestran que más del 50% de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación no posee información acerca de la función que cumple la ECC dentro del complejo estudiantil USAC, el 48% presenta indiferencia y desinterés respecto a cuáles son las autoridades representativas de la ECC, y por último pero no menos importante, el 61% no está de acuerdo con el cambio curricular realizado en la carrera de Periodismo o no se encuentra informado acerca de los cambios implementados.

De acuerdo a las estadísticas, a pesar de que los estudiantes se muestran inconformes con la situación actual de la ECC relacionada con la desinformación, el 97% por ciento se muestra interesado en recibir información acerca de los cambios académicos y se muestra anuente a participar en las actividades que vinculen a la ECC con su pensum académico.



Por esta y varias razones, la coordinación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene varios planes respecto al tema que incluyen la reevaluación de cursos y apoyo a la futura estructura legal del pensum. Se espera que estos procesos cuenten con la participación de los estudiantes y con la secundaria participación de los docentes y encargados de control académico.

El proyecto tiene como fecha de culminación el año 2015, que promete ser la fecha en que los cursos evaluados en todo este transcurso se establecerán para optimizar y actualizar el pensum de estudios de todas las carreras de la ECC. (Morataya, 2012: Entrevista)

Por ello lanzar una campaña para motivar, sensibilizar y concientizar a los estudiantes, que despierte la ilusión de superación y fomente a la participación, puede tener resultados favorecedores para la comunidad educativa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La comunicación audiovisual dentro de la ECC juega un papel muy importante para esparcir de manera muy práctica y dinámica el optimismo y motivación en los estudiantes, ya que se piensa plasmar cómo esta institución desea ayudarlos a convertirse en personas de éxito, así como también plantear los planes futuros que se tienen para seguir formando a los estudiantes.



PROBLEMA

Dificultades en acceso a la información por parte la comunidad educativa de la ECC, acerca de los procesos administrativos referentes a la Reforma Curricular e información relacionada a la función de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.



JUSTIFICACIÓN

El proyecto presenta grandes expectativas, ya que se espera poder darle un giro diferente a algunas asignaturas del pensum de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las que se ven incluidas las carreras de Periodismo, Publicidad y Locución, con el motivo de formar estudiantes más capaces conforme al campo laboral que se presenta actualmente. Por ello la promoción y la evidencia del cambio que se tiene proyectado forma gran parte de la iniciativa para que el estudiante se incluya y participe en el cambio curricular a darse en el año 2015.



MAGNITUD

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos cuenta con un total de 4,730 estudiantes al año 2012, según los datos de Registro y estadística, y está ubicada en la ciudad universitaria.

Estos 4,730 estudiantes se encuentran divididos en plan diario, que cuenta con 2,974, y plan sabatino, que cuenta con 1,756. El total se divide en 4 carreras: Periodismo, Locución, Publicidad y licenciatura en Comunicación, siendo 44% hombres y 56% mujeres.



TRASCENDENCIA

A corto plazo se espera informar a los estudiantes acerca de la situación actual en relación a los procesos administrativos relacionados con el pensum estudiantil, y a largo plazo motivar a los estudiantes a participar en los cambios de pensum, a crear empatía respecto a la ECC e incentivarlos a seguir adelante con sus estudios hasta convertirse en profesionales. Estos procesos tienen una vigencia al año de inauguración de este plan de estudios que se plantea poner en práctica como cambio curricular en el año 2015.

VULNERABILIDAD

Un factor que puede afectar los planes previstos es que no se cuente el apoyo legal de las autoridades superiores, ajenas a la ECC, y esto pueda afectar el incentivo ya planteado en la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

FACTIBILIDAD

Ya que el proyecto es próximo a realizarse en la ECC, una entidad especializada en medios masivos de información visual y auditiva, sus instalaciones cuentan con el equipo adecuado para la ejecución de los medios audiovisuales y con medios para transmitir la información audiovisual.

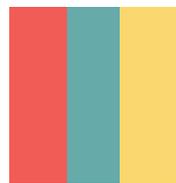
OBJETIVOS DE DISEÑO

GENERAL

-  Diseñar material audiovisual informativo para dar a conocer y promover, dentro de la comunidad estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, los cambios que la Coordinación tiene planteados para el futuro, con relación a la Reforma Curricular 2015.

ESPECÍFICOS

-  Realizar un audiovisual que sirva como complemento a la campaña publicitaria introductoria acerca de la situación en la que se encuentra la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.
-  Lograr que el audiovisual cumpla con la función de motivar e incentivar a la participación del estudiante a los cambios curriculares.
-  Realizar un audiovisual con características gráficas que logren llamar la atención y de esa manera sea más atractivo de ver.



CAPÍTULO DOS

Perfil de la organización que demanda
el servicio y público destinatario



PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

El origen de la actual Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene una significativa relevancia para el desarrollo histórico de este ámbito disciplinario, tanto en el ámbito nacional como regional.

En efecto, la fundación de su antecedente institucional inmediato, la Escuela Centroamericana de Periodismo, representó el inicio de la enseñanza universitaria de la comunicación social en Guatemala y en los demás países América Central. (Bracamonte, 2006)

Dicho establecimiento empezó formalmente sus actividades educativas en agosto de 1952, a pesar de que el Consejo Superior Universitario, máximo organismo de dirección de la Universidad de San Carlos, ya había aprobado la creación de un centro de esa naturaleza cinco años antes en 1947.

El funcionamiento definitivo de esa institución académica se debió a un hecho fundamental: En 1952 se reunió en El Salvador un congreso de periodistas centroamericanos. Este foro planteó a las autoridades universitarias guatemaltecas la impostergable necesidad de poner en marcha dicho proyecto.

Esta escuela estaba autorizada para otorgar títulos de periodistas profesionales con un programa de tres años de formación académica de cinco años, la cual funcionó hasta 1974. En 1975 se realizó la transformación de la Escuela Centroamericana de Periodismo y su nombre fue cambiado por el de Escuela de Ciencias de la Comunicación. A pesar de que se siguieron otorgando los mismos títulos, el currículo fue modificado sustancialmente y en consecuencia, se incluyeron cursos relacionados con otras ramas de la comunicación. Se implantó el sistema pedagógico de Unidades Integradoras. Esta modalidad fue sustituida por un sistema mixto en 1978.

En 1983 se incrementaron nuevas carreras en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, creándose las de Publicista Profesional, Locutor Profesional y Fotógrafo Profesional. Esta última fue suspendida en 1985, por no existir demanda de estudiantes. Estas carreras requieren de un mínimo de tres años para obtener el título de carrera intermedia. (Talento, 2012: Ciencias de la Comunicación)



CRONOLOGÍA DE LA ECC

1947

Fue aprobada la creación de la Escuela Centroamericana de Periodismo por el Consejo Superior Universitario.

1947

Con motivo de la realización de un Congreso Centroamericano de periodistas en San Salvador a la que asistió una delegación de la APG, se planteó la necesidad impostergable de poner en marcha un centro regional de esta naturaleza. Los delegados de la APG obtuvieron la aprobación para que la sede fuera en Guatemala.

1952

Se inician los estudios de periodismo en Guatemala con la fundación de la Escuela Centroamericana de Periodismo. En agosto, la ECP inició sus actividades académicas adscritas a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos, autorizadas a conceder el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de tres años y el grado académico de Licenciado en Periodismo después de 5 años de estudio.

1974

El director en turno de la entonces Escuela Centroamericana de Periodismo (ECP), Lic. David Vela, vislumbra una problemática que en el futuro afectaría a los estudiantes egresados de la misma, declarando que se debería de ampliar por lo menos dos ramas más. En ese entonces, el Lic. Vela propone Publicidad y Relaciones Públicas; ya que visualizaba como un problema que la Escuela no ofreciera las oportunidades a sus egresados para encontrar un *modus vivendi* acorde, a través de una preparación más completa.

Expuesta de esta forma la necesidad de ampliar las opciones académicas disponibles para los comunicadores, se presenta por vez primera la revisión, tanto de forma como de figura, de la ECP. En ese mismo año se autoriza otorgar títulos de periodista profesional con un programa de 3 años de formación académica.

1975

El clamor, tanto de estudiantes como de docentes, a favor de la creación de una nueva "Escuela de Periodismo" perseguía la reestructuración de la ya existente, esto como consecuencia de que la ECP no cumplía con sus objetivos originales. Se realizó un Congreso de Transformación que señaló la urgencia de dotar a la Escuela de mayor rigor científico, una estrecha vinculación



de la teoría y la práctica, un serio conocimiento del país, así como de las más eficaces técnicas pedagógicas. El Consejo Superior Universitario acordó la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de 5 años conforme las leyes universitarias. El 29 de abril de ese año, a través de la asamblea estudiantil, se inicia el proceso de reestructuración que transformaría a la Escuela Centroamericana de Periodismo. Se realizan asambleas y seminarios con el fin de elaborar el anteproyecto que expondría los contenidos, estructura, evaluación y metodología de la nueva Escuela de Ciencias de la Comunicación. Y alcanza este objetivo el día 19 de noviembre de 1975, día en el cual se presentó el documento final, adjuntándose el respectivo análisis de la ECAP al Consejo Superior Universitario.

Con fecha 26 de noviembre de 1975 por resolución del Consejo Superior Universitario en el acta No. 29-75 punto 4.1., fue creada la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1976

En marzo, se crea la Comisión Directiva Paritaria. Inicia sus actividades el 31 de mayo la Escuela de Ciencias de la Comunicación de modo formal.

1978

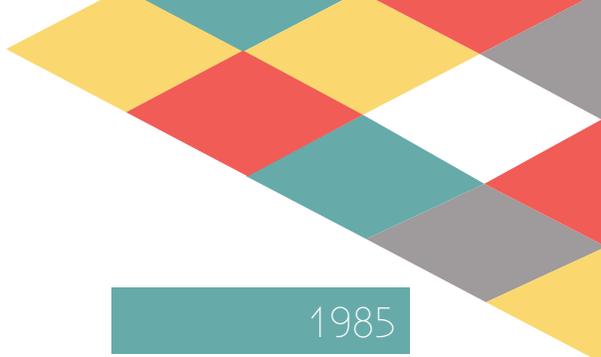
La Comisión Directiva Paritaria acordó adecuar el currículo, metodología y técnicas de la enseñanza-aprendizaje con base a los objetivos generales de la Escuela, con el propósito de mejorar la calidad de la enseñanza en sus contenidos científicos, técnicos y humanísticos, reforzar el sistema de unidades integradoras mediante la programación de cursos de apoyo y profundización teórica y práctica. Además se establece un régimen semestral para las actividades académico-docentes y se decide que los períodos de clase serían cuatro diarios con duración de 45 minutos cada uno.

1982

Las carreras de Locución, Publicidad y Fotografía fueron creadas en la administración del Lic. Julio Santos.

1983

La escuela inicia sus actividades con 3 nuevas carreras. Un hecho importante es que no se efectuó un análisis de creación de las mismas, ya que no se conoció un anteproyecto de diseño curricular, sino que básicamente se tomó el modelo de pensum de la carrera de Periodista Profesional.



1985

Se anula la carrera de Fotografía Profesional por falta de alumnos. El primer seminario sobre problemas de la enseñanza de la comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación ratificó la necesidad de iniciar un estudio para reformar el sistema académico y para el efecto propuso una comisión encargada para dirigir la tarea. Pero por diversas circunstancias nunca se lograron resultados tangibles.

1986

Se crea una nueva comisión, esta vez conducida por 2 pedagogos. Su trabajo se centró en el estudio de la situación institucional y de ejercicio de las prácticas tradicionales de información.

1987

La comisión y los resultados de la investigación anterior fueron conocidos por Comisión Directiva Paritaria. Y se encuentra en el documento denominado "Investigación para establecer eficiencia interna y externa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación".

1996

La administración de Carlos Interiano suscribe un polémico convenio de cooperación (que se amplió en 2002) entre la Universidad de San Carlos y la Asociación de Periodistas de Guatemala para que la escuela impartiera un programa de nivelación para los periodistas en ejercicio.

1997

Se inauguró el Plan de Autoformación a Distancia los días sábados en donde se imparte el mismo paquete pedagógico del plan diario. (ECC-USAC, 11, 1992)

1986

El análisis de los pensum de los cursos, talleres y demás asignaturas condujo a la decisión de revisar y completar los pre-requisitos de los cursos y asignaturas fundamentados en que todo conocimiento tiene uno anterior que le antecede. De esa cuenta a partir del ciclo académico 2002 entra en vigencia un nuevo pensum que varía solo en cuanto a los pre-requisitos, conociéndose este pensum como "Pensum cerrado" en contraste con el anterior "Pensum abierto" que permitía cursar materias de distintos semestres sin mayores requerimientos.



MISIÓN

- En sus procesos de enseñanza-aprendizaje utiliza tecnología de punta y ha implementado métodos pedagógicos que contribuyen a disminuir los índices de deserción y repitencia.
- Contribuye a promover la democracia, la diversidad cultural y lingüística, así como los derechos humanos a través de sus programas de investigación, docencia y extensión; los cuales están apoyados por una reestructuración curricular efectiva y permanente que posibilita el diseño y rediseño curricular para ampliar su oferta académica.
- Cuenta con un sistema de estudios de pregrado, grado y postgrado acreditado y con alta calidad académica y acorde a las necesidades de la sociedad guatemalteca, de sus egresados y del desarrollo nacional que permite que sus profesionales estén certificados.
- Fomenta la investigación mediante un sólido programa de formación y desarrollo metodológico en el que participan académicos y estudiantes que genera conocimiento para el fortalecimiento de la docencia y de los programas de extensión, así como para implementar nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje. (Talento, 2012: Ciencias de la Comunicación)



VISIÓN

Ser la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala competitiva en el campo de las ciencias de la comunicación a nivel nacional, regional y global, responsable de organizar y dirigir la educación superior con equidad de género, con enfoque intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico y humanístico en el campo de su competencia, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva que busca la excelencia académica para generar a través del estudio y la investigación. (Talento, 2012: Ciencias de la Comunicación)



PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Para reunir información acerca del grupo objetivo, relevante e útil para el documental, se utilizaron instrumentos de investigación (entrevistas y encuestas) para construir el perfil del grupo objetivo. (Ver instrumentos y tabulación en los anexos).



PERFIL GEOGRÁFICO

La Ciudad Universitaria USAC se encuentra en la zona 12 de la Ciudad Capital, en el interior se encuentra el Edificio M2, el cual resguarda a la Escuela de Ciencias de Comunicación.



PERFIL DEMOGRÁFICO

Dentro del marco demográfico clasifican estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de las jornadas Vespertina que asisten de las 14:00 a 17:45 horas, Nocturna 17:45 a 20:00 horas, al igual que Plan Sabatino -PAD- de 7:00 a 12:20 los días sábado.

Las edades oscilan de los 17 a los 30 años de edad, la mayoría de individuos del grupo objetivo es soltera y presenta un porcentaje mayor de estudiantes del sexo femenino que del sexo masculino.

Los estudiantes habitan dentro de la Ciudad Capital mayormente en las zonas 1, 11 y 7. Por otro lado, los estudiantes que habitan en un municipio dentro de la Ciudad, destacan algunos municipios como Villa Nueva, Mixco, San Miguel Petapa y Villa Canales.

PERFIL SOCIECONÓMICO

El grupo objetivo se incluye en su mayoría en el nivel socioeconómico medio, dentro del cual mayormente conforman de 5 a 10 miembros por familia, tienen ingresos de aproximadamente Q11,600.00 a Q15,000.00 mensuales por familia, en las cuales el estudiante realiza las actividades de trabajar y estudiar al mismo tiempo.

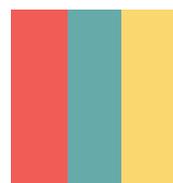
PERFIL CONDUCTUAL

La mayoría de la muestra del grupo objetivo se caracteriza por el gusto de estar actualizado con la tecnología y los medios audiovisuales.

Realiza actividades mayormente que involucran ver televisión, frecuentar las redes sociales, pasar tiempo en el computador y por último leer.

PERFIL PSICOGRÁFICO

Ante la situación actual que presenta dificultades de acceso a la información por parte la comunidad educativa de la ECC acerca de los procesos administrativos referentes al pensum estudiantil e información relacionada a la función de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC, la muestra del grupo objetivo indica anuencia a la aceptación acerca de recibir información relacionada con estos temas.



CAPÍTULO TRES
Conceptos Fundamentales



MAPAS CONCEPTUALES

Como parte del proceso de creación del concepto creativo para el audiovisual informativo acerca de la ECC y su Reforma Curricular, se realizan dos mapas conceptuales, cada uno referente a temas relevantes para este material, tales como “Educación de la Comunicación” y “Audiovisuales”, ambos funcionan como base para la realización de dos ensayos acerca del tema, para conocer y profundizar en los temas en cuestión y poder realizar un material de calidad. (Ver los mapas conceptuales adjuntos en anexos).

A continuación se presentan los ensayos acerca de los temas en cuestión.

DEL TEMA

Educación de la Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. El modelo de comunicación cuenta con varios factores que lo conforman: Emisor: Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona, Receptor: Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información. Mensaje: Es lo que se quiere transmitir. Código: Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere. Canal: Es el medio físico por el que se transmite el mensaje. Situación o contexto: Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

Todos nos comunicamos, la comunicación es esencial en cualquier campo de interacción humana. Por medio de la comunicación ya sea oral o escrita podemos transmitir y compartir conocimientos, conceptos, sentimientos, ideas, emociones, estados de ánimo, etc. La comunicación es la única actividad que todo el mundo comparte. Comunicarse es una de esas experiencias sustancial y elementalmente humanas que asumimos como parte de nuestra cotidianeidad. (Mata, 2012: Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva)

La educación es un proceso que está estrechamente relacionado con la comunicación, la educación es el proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra, pues está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes. Si explicamos etimológicamente el término comunicación, tendríamos que remitirnos a los orígenes de la palabra misma que deriva del



latín “communicare”, el cual significa establecer un camino o un puente entre dos o más personas y si este análisis lo relacionamos con la educación, es a través de la comunicación (camino o puente) que trasladamos un determinado tipo de conocimiento, destreza o valoración hacia otras personas que esperan aprender. (Olivo, 2005: Importancia de la Comunicación en la Educación)

La comunicación asumida como trabajo específico o relacionado con alguna otra tarea de tipo cultural suele transformarse en producción de mensajes, manejo de instrumentos o canales, estrategias informativas. Por ello es importante reconocer y estudiar cómo se lleva a cabo la educación de la comunicación.

Las ciencias de la comunicación son aquellas disciplinas de las ciencias sociales que se encargan de estudiar, analizar o discurrir sobre los procesos de comunicación como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, generando sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas.

En el caso de nuestro país, la comunicación como una nueva disciplina para enseñar surge en Guatemala en el año de 1978, cuando la Escuela Centroamericana de Periodismo se transforma en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. En ese año fue una novedad para Centroamérica y América Latina que la Universidad de San Carlos de Guatemala se pusiera en la vanguardia, ya que apenas estaban surgiendo, en Universidades Europeas y Estadounidenses, Escuelas y Facultades de Ciencias de Comunicación que sustituían a las viejas Escuelas de Periodismo y de Ciencias de la Información. (Morataya, 2012: Guion literario del Documental de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y su Reforma Curricular 2015)

Las facultades de Ciencias de la Comunicación tienen como objetivo preparar profesionales capaces para contribuir al desarrollo del país, promoviendo competencias profesionales para un mundo globalizado, por medio de las vanguardias comunicacionales. Este tipo de instituciones preparan a locutores, periodistas y publicistas, y algunas de las asignaturas que imparten son: Locución, Periodismo, Publicidad, Literatura, Semiología, Psicología, Fotografía, Lenguaje y gramática, Redacción, Mercadotecnia, Economía, entre otros.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala fue la primera en impartir este tipo de educación en 1978 en el país. Con el pasar de los años se ha dedicado a formar profesionales, sin embargo, 33 años después se puede decir que ocurre lo contrario, la Escuela es obsoleta y anacrónica por varias razones:

Por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación, las autoridades muestran preocupación por el sentir que la comunidad de los cuatro departamentos (Periodismo, Locución, Publicidad y Licenciatura en Comunicación) muestra, pues en el fondo todos están de acuerdo en que lo que se está enseñando en las áreas filosófica, social y técnica ya no los llena, no les dice nada o no los deja satisfechos con lo estudiado.



Es una problemática constante el sentir que se están estudiando cosas que ya no son funcionales o que puedan dejarlos fuera del mercado laboral-profesional. Como solución se plantea una Reforma Curricular que ayude a actualizar y reforzar el tipo de profesionales egresados para ser capaces de competir en el mundo laboral.

Las Ciencias de la Comunicación que se desprendieron en los años 70 de la sociología que principió a estudiar los fenómenos masivos, dará paso en este nuevo siglo a una Ciencia de la Comunicación con objeto propio de estudio. (Morataya, 2012: Guion literario del Documental de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y su Reforma Curricular 2015). Una Reforma Curricular es un cambio estructural en el currículo del Programa de la Institución educacional, con objetivos como la búsqueda del cambio y el ajuste a nuevas necesidades nacionales e internacionales, también sirve como respuesta a una exigencia gubernamental para hacer más flexibles y competitivos todos los programas académicos, para responder a las exigencias de la globalización, la internacionalización y las nuevas tendencias.

En la actualidad se ha presentado inconformidad ante los cambios curriculares en el país, como La Reforma Educativa que se dio en el magisterio, dando como resultado un paro educativo de 40 días. Una reacción de este tipo expone que un cambio curricular en un país subdesarrollado como Guatemala basándose en los hechos, debe ser un punto de diálogo, discusión, análisis, evaluación, preparación y capacitación antes de su ejecución. Un cambio curricular no solamente afecta a los estudiantes, afecta de manera directa a los docentes que se ven involucrados a actualizarse como Comunicadores de Información.

Como síntesis es importante recalcar que Comunicación en la Educación es un proceso fundamental para su efectiva realización, por otro lado que la educación de la Comunicación en Guatemala debe ser actualizada, ya que esta se ve afectada por la constante evolución de la tecnología, y que la implementación de una Reforma Educativa en cualquier institución necesita de un gran proceso evolutivo y evaluativo para llevarse a cabo.



Un video se define como la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento.

Movimiento es una palabra que lo identifica mayormente a diferencia de una imagen o fotografía, un video es un elemento que con la sucesión de imágenes representa algún hecho determinado. Sonido + Imagen + movimiento = video: Esta combinación de factores es algo que identifica con claridad lo que surge en la creación de un video, aunque en algunos se elimine el sonido, es un elemento muy importante que logra resaltar la grandeza que representa este invento.

Lo primero que hay que definir en una realización audiovisual es el tema, lo que queremos expresar, a qué público está destinado, qué tipo de proyecto es y en qué medio de comunicación se va a mostrar el producto final.

La realización de un video o un audiovisual es un elemento que debe pasar por varios procesos para convertirse en un producto final, debemos tomar en cuenta la Pre-Producción, Producción y Post- Producción. Por otro lado, antes de realizar un audiovisual debemos tener definidos factores como: ¿A quiénes va dirigido? ¿Cuál es el presupuesto? ¿De qué es parte? ¿Cuál será el sonido, la imagen?

La pre-producción es la fase más importante del proceso de producción. En ella se realiza la supervisión y corrección del storyboard, guion técnico y literario. Según las indicaciones del guion, el equipo de producción seleccionará los lugares donde se llevará a cabo la grabación e iniciará los trámites necesarios para evitar posibles problemas durante el rodaje en los escenarios y localizaciones. En esta fase de "preproducción" se contratan ya los equipos técnicos, artísticos, de edición, de vestuario, de maquillaje, etc. con los que se contará durante la realización. Después se encuentra la Producción y rodaje, es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción.

Un guion es un texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de una película, historieta o de un programa de radio o televisión. Es decir, un escrito que contiene las indicaciones de todo aquello que la obra dramática requiere para su puesta en escena. Abarca tanto los aspectos literarios como los técnicos (guion técnico, elaborado por el director: acotaciones, escenografía, iluminación o sonido, entre otros).

Por otro lados tenemos el storyboard, el cual es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.





En la creación de una película con cualquier grado de fidelidad a una escritura, un storyboard proporciona una disposición visual de acontecimientos tal como deben ser vistos por el objetivo de la cámara. En el proceso de storyboarding, los detalles más técnicos complicados en el trabajo de una película pueden ser descritos de manera eficiente en el cuadro (la imagen) o en la anotación al pie del mismo.

La elaboración de un storyboard está en función directamente proporcional con el uso: en publicidad a menudo es mucho más general para que el director y el productor aporten con su talento y enriquezcan la filmación, mientras que en cine es mucho más técnico y elaborado para que sirva de guía a cada miembro del equipo de trabajo.

Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital. Debemos de tomar en cuenta los siguientes procesos para esta fase de la producción: Guion, que es un texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de una película, historieta o de un programa de radio o televisión. Contrariamente a lo que su nombre implica, un guion técnico no es una versión técnica del guion literario; se trata de un documento de producción que contiene la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere. Por otro lado está el storyboard es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse, en el que tomamos en cuenta plano detalle, panorámica, plano $\frac{3}{4}$, plano perfil, plano medio, plano completo, toma subjetiva, close up, entre otros conceptos.

En la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales.

La postproducción consiste en la selección del material grabado. De esta forma se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra. Para ello debe asegurarse de que se respeten los plazos de postproducción de la imagen, así como controlar el alquiler de las salas de edición y sonorización, supervisar el trabajo de doblaje y el grafismo electrónico. Es importante mencionar algunos conceptos de esta etapa como: servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse. Para la realización de esta etapa hay muchas plataformas que nos sirven de ayuda para poder realizarlo, tales como Adobe Premiere, Final Cut, Sony Vega y Movie maker, por nombrar algunos.

Por otro lado aparte de este proceso también contamos con otro recurso de audiovisual que son las animaciones: La animación es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos o a otro tipo de objetos inanimados. Hay distintos tipos de animación los cuales son Stopmotion: Animación de objetos, muñecos, marionetas, figuras de plastilina u otros materiales así como maquetas de modelos a escala. Se utiliza la grabación "fotograma a





fotograma” o “cuadro a cuadro, pixilación”: Es una variante del stop-motion, en la que los objetos animados son personas y auténticos objetos comunes (no modelos ni maquetas). Rotoscopia: Se basa en dibujar directamente sobre la referencia, que pueden ser los cuadros de la filmación de una persona real. Animación de recortes: Más conocido en inglés como cutout animation, es la técnica en que se usan figuras recortadas, ya sea de papel o incluso fotografías. Los cuerpos de los personajes se construyen con los recortes de sus partes, moviendo y reemplazando las partes se obtienen diversas poses, y así se da vida al personaje.

También contamos con plataformas para realizar animaciones o motion graphics por computador tales como After Effects, Cinema 4d, Adobe Flash, Maya 3D, por mencionar los más utilizados. La realización de un audiovisual es algo que necesita de mucho esfuerzo para poder llevarse a cabo, es un elemento que necesita llevar ciertos pasos para estar terminado y que depende de muchos profesionales especializados o aficionados realmente apasionados para ser realizado, algunos de los cuales forman parte importante de la realización son: Director, productor, guionista, director de fotografía, ingeniero en sonido, editor, entre otros.

El director de cine o director cinematográfico (en algunos países también realizador) es la persona que dirige la filmación de una película, da instrucciones a los actores, decide la puesta de cámara, supervisa el decorado y el vestuario, y todas las demás funciones necesarias para llevar a buen término el rodaje. Previamente habrá intervenido en numerosas labores, principalmente la realización del guion técnico (encuadre, plano, movimientos de cámara, objetivo y angulación), como la selección o casting de los actores y de los demás profesionales, los escenarios naturales en los que se rodará la película, los decorados o la redacción final del guion.

El productor de cine o productor cinematográfico es una parte muy importante de este proceso, ya que es el representante legal de una obra cinematográfica, responsable de los aspectos organizativos y técnicos de la elaboración de una película, complementando la actividad creativa del director. Está a cargo de la contratación del personal arriba de la línea, de la financiación de los trabajos y del contacto con los publicistas y distribuidores para la difusión de la obra.

El editor manipula los medios con ayuda de diferentes herramientas, para así lograr una “composición” deseada y obtener un resultado final, comúnmente llamado “video final” o “película final”. La edición básica consiste en reproducir los medios, “recortarlos” y ordenarlos en tiempo real. Aunque sucede, como en cualquier otro estilo de edición, pueden agregarse efectos, transiciones, filtros o textos para mejorar o enfatizar el video que va a crearse, todo depende de lo que se quiera realizar.

El montaje según la función en la totalidad del relato cinematográfico se divide en narrativo y expresivo. Cada uno de éstos se subdivide en varias categorías que facilitan la narración de los hechos, dependiendo del resultado que quiera obtener el director.



Dentro de la realización audiovisual, el sonido es un campo creativo que, desde la aparición del cine sonoro, va de la mano con la imagen. Parte de la fuerza de muchas escenas y secuencias se consigue gracias a efectos de sonido que suelen pasar desapercibidos. El sonido es capaz de crear un modo distinto de percibir la imagen y puede condicionar su interpretación, por ejemplo, centrando la atención del espectador en un punto específico y guiándolo a través de la imagen.



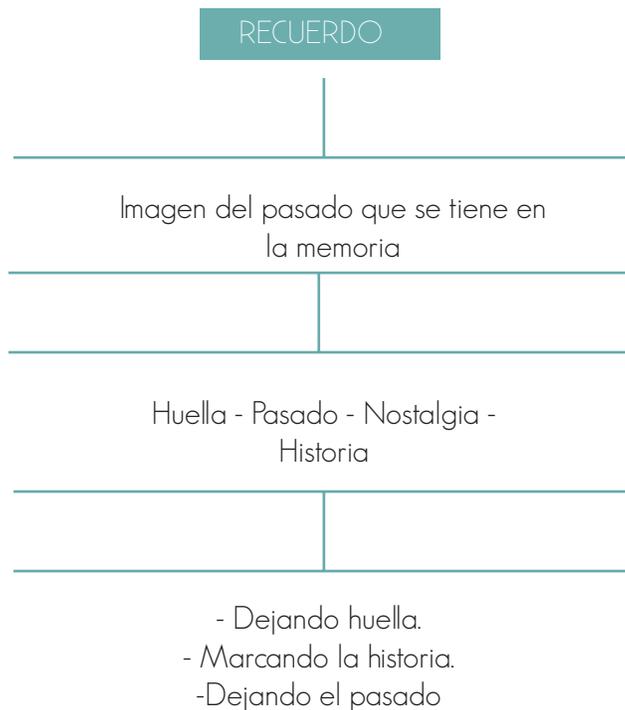
CONCEPTO CREATIVO

En la siguiente sección se aplicarán 3 técnicas de generación de ideas las cuales son: relaciones forzadas, lo más cercano - lo más lejano y lluvia de ideas, con el objetivo de definir un concepto creativo para el material audiovisual informativo acerca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y su Reforma Curricular 2015, en las siguientes páginas se puede visualizar el proceso de cada técnica y su aplicación a conceptos.



RELACIONES FORZADAS

Metódo creativo desarrollado por Charles Whiting. Combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. Elegir palabras al AZAR. Comparar algo que tenga muy poco o nada en común. Así se puede forzar una relación entre casi cualquier cosa para provocar una idea totalmente nueva o una solución a un problema.



Cambiando la historia - Dejando pasado - Forjando futuro



CAMBIANDO LA HISTORIA

Se construyó este concepto a partir de la palabra "RECUERDO", buscando palabras relacionadas con la definición, y formando frases referentes a la temática del cambio, de la transformación y evolución, creando un concepto de marcar o cambiar la historia en la ECC.



LO MÁS CERCANO - LO MÁS LEJANO

Metódo creativo que consiste en escribir palabras que estén relacionadas con el tema en cuestión y luego escribir CUALQUIER palabra que esté lo menos relacionada con el tema, luego eliminar las palabras cercanas, elegir palabras lejanas, crear frases y conceptos con ellas. De esta manera es posible crear nuevos conceptos, soluciones originales y creativas.





CUERDA

Atar - Saltar - Jalar - Asegurar -
Fuerte - Ayudar

- Atar posibilidades. (Atar)
- Asegurar el futuro. (asegurar)
- Fortalecer el mañana. (Fuerte)

BOTÓN

Propulsor - Arriba - Encender -
Empezar - Iniciar - Prender

- Iniciativa Educativa. (Iniciar)
- Encender Actitudes. (Encender)
- Propulsor al futuro. (Propulsor)



ENCENDIENDO ACTITUDES,
INICIANDO EL FUTURO.

Se construyó este concepto a partir de las palabras "BOTÓN" y "CUERDA", buscando palabras relacionadas, para formar ideas, y luego construir frases utilizando analogías con la Reforma Educativa y la participación en la ECC.





LLUVIA DE IDEAS

Herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La principal regla del método es aplazar el juicio, ya que en un principio toda idea es válida y ninguna debe ser rechazada.

Noche	Limpieza	Frustración	Locación
Palacio	Accesible	Fortuna	Apellido
Lápiz	Pulidor	Ciudad	Familia
Taza	Bailar	Plateado	Crecer
Computador	Periódico	Descanso	Actualidad
Dulces	Porrista	Vestido	Favorito
Tiempo	Bebé	Blanco	Rojo
Retraso	Cámara	Transparente	Expectativa
Cambio	Cielo	Contraste	Positivo
Giro	Agua	Triángulo	Negativo
Caja	Reflejo	Silveta	Tristeza
Hora	Pelea	Cubo	Secreto
Maleta	Escenario	Espectáculo	Vida
Lluvia	Exposición	Muerte	Trayectoria
Efecto	Arte	Música	Baile

Tiempo - Cambio	Periódico - Reflejo	Crecer - Expectativa
- Tiempo de cambio. -Evolución. -Desarrollo.	- Reflejemos el futuro. -Yo soy noticia de hoy y mañana. -Ser constante.	-Crecer hoy. -El futuro es hoy.
Evolución	Yo soy noticia de hoy	El futuro es hoy



EL FUTURO ES HOY

Se hizo una lluvia de palabras, luego se seleccionaron las más relevantes, se hicieron dúos, se formaron frases que las relacionaran y se seleccionaron las más funcionales, hasta llegar a una final.



CONCEPTO CREATIVO

Luego de evaluar las ideas generadas con los ejercicios anteriores, el concepto “Cambiando la historia” explica que el grupo objetivo tiene en sus manos cambiar su propia historia ya sea profesionalmente, personalmente, de este modo creando conciencia a su situación actual para encaminarla a algo mejor.

Por otro lado, el concepto “Encendiendo actitudes, iniciando el futuro” transmite la idea de que los jóvenes forman parte fundamental del proceso de Reforma Curricular y que por medio de sus actitudes hacia la problemática se irá transformando paso a paso en algo mejor para el futuro de la ECC.

Por último, el concepto “El futuro es hoy” enfatiza la idea de que trabajando en el presente (hoy), podremos construir un futuro mejor, refiriéndose al futuro como el cambio del pensum y su reforma, para poder optimizar la educación de la comunidad estudiantil de la ECC.

ENCENDIENDO ACTITUDES, INICIANDO EL EL FUTURO

Dimensiones

DIMENSIÓN CONCEPTUAL

El concepto elegido es descriptivo y conceptual, ya que plantea el inicio de un gran cambio, que afecte de manera positiva y trascendental la historia del pensum de la ECC.

Trata de incentivar al mismo grupo objetivo de formar conciencia y poner en acción lo necesario para cambiar su futuro, sus metas, haciéndolo formar parte del concepto, de la idea, del movimiento.

DIMENSIÓN ÉTICA

Este concepto intenta incentivar a la Comunidad educativa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por medio de los cambios que se darán, para tomar iniciativa, tratar de fijar sus metas y participar en las actividades que los beneficiarán para tener un mejor plan de estudios.

DIMENSIÓN FUNCIONAL

Se utilizarán códigos cromáticos cálidos, para transmitir empatía con los espectadores, códigos tipográficos sans serif para mantener la simpleza y limpieza, y por otro lado en la edición de video se emplearán diferentes técnicas, para crear un material entretenido.



■ DIMENSIÓN ESTÉTICA

Se trata de formar un concepto serio y prometedor, pero flexible, juvenil y que muestre accesibilidad.

Para desarrollar este concepto se utilizará una línea gráfica simple y fresca para darle dinamismo y movimiento al video. En el video se utilizarán tomas con luz natural y artificial en las tomas de conducción. Se busca persuadir al estudiante de que esta iniciativa es verdadera, distinta y que trae un bien común para la comunidad estudiantil.



CAPÍTULO CUATRO

Proceso de desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño



PREVISUALIZACIÓN

Se realizará un video informativo promocional, para el proyecto de Reforma Curricular 2015 de la ECC, resaltando la situación actual y los procesos que se utilizarán para realizar el cambio de pensum de estudios.

Las tomas tendrán un encuadre americano y con algunos “close ups” que permitan ver detalles de los estudiantes. Al mismo tiempo se realizarán tomas de plano general para situar a los espectadores dentro de la universidad y de las instalaciones de la ECC.

Las grabaciones se realizarán con luz natural cuidando que los tonos de los colores sean intensos, por otro lado cuando se muestren los procesos que se emplearán para este cambio curricular, se usarán luces artificiales en un estudio de grabación.

El video contará con animaciones del logotipo, motion graphics, efectos de video, se espera que el video cuente con distintas técnicas de edición para poder crear un video dinámico y entretenido.

BRIEF

Se recopiló información relevante y útil para este audiovisual. Se tiene planteado crear un video corto, directo e informativo que por otro lado sea entretenido y dinámico. El tema es serio, pero está dirigido a un grupo joven, por lo que se utilizarán locuciones en modo narrativo junto con imágenes de la instalaciones, así como también imágenes de estudiantes conviviendo en los salones y dentro de la universidad. Toda la información se explicará por medio de motion graphics, ya que es una manera de informar y crear una interacción distinta con el grupo objetivo, en este caso, jóvenes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Como objetivo se tiene planteado promover e incentivar a la participación. Se utilizarán las características establecidas para poder alcanzar el propósito principal de este material.

DISEÑO

El diseño del audiovisual informativo se basará en los siguientes códigos de diseño:

TIPOGRÁFICO

Se utilizarán fuentes tipográficas sans serif, que no rompan con la estética de la campaña y también para reflejar simpleza y ayudar a la legibilidad en los motion graphics.

BEBAS NEUE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

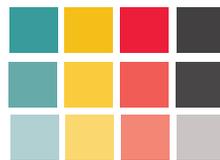


■ CROMÁTICO DE VIDEO

Los filtros de color deben ser cálidos, para que los personajes representados se vean accesibles, para que crear un sentimiento de invitación hacia el espectador.

■ CROMÁTICO

Se utilizará la paleta cromática que conforma el logotipo de la Reforma Curricular 2015 (turquesa, negro, rojo, y amarillo) y sus tonalidades, complementados con el blanco.



■ ANIMACIONES

Se utilizarán animaciones, infografías complementadas con voz en off, para explicar de manera creativa los cambios y procesos del proyecto. Se espera contar con la conducción de un presentador que complemente y acompañe los motion graphics.

■ LINGÜÍSTICO

Los textos que se narrarán en el video irán orientados a transmitir un mensaje claro sobre lo que es la Reforma Curricular 2015 y sus procesos, resaltando esta iniciativa como algo muy importante para el nivel educativo de la institución.

■ EJES DE DIAGRAMACIÓN

En la conducción, se utilizarán ejes verticales y horizontales en las tomas de video, mostrando un texto claro, ya que esto facilita la lectura y transmisión del mensaje.

■ EQUILIBRIO DEL DISEÑO EN GENERAL

En la sección de conducción se utilizará un equilibrio simétrico junto con la jerarquía, este criterio es fundamental para la organización de los elementos visuales. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y hacer que en varios niveles se vayan organizando de acuerdo con la necesidad de enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje.

En las tomas de video se utilizará un equilibrio asimétrico, ya que los elementos en movimiento en algunos momentos pueden llegar a no poseer las mismas dimensiones y ocupar el mismo espacio dentro del marco visual.





■ PRODUCCIÓN

Para realizar este audiovisual se requieren 2 cámaras de video, un estudio de grabación de audio, un estudio de grabación de audiovisuales, un boom, un set de luces, una conductora y una locutora, 2 memorias SD, un teleprompter, un trípode y una computadora apta para el proceso de edición y se necesitan programas como Adobe Premiere, Illustrator y After Effects, así como también para editar el sonido se utilizará Pro- tools.

■ PRESENTACIÓN FINAL

El resultado final tendrá 3:30 minutos de duración, en el tamaño 1080 x 720 con una relación de aspecto de 4:3, el formato será DVD. Se entregará en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en un troquel diseñado, el cual podrá reproducirse en las pantallas de las instalaciones o ya sea para presentaciones cuando se requiera.



PRIMER NIVEL

Bocetos

A continuación se presenta una descripción detallada del proceso de bocetaje para el audiovisual informativo acerca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su Reforma Curricular 2015.

La realización de un audiovisual es un proceso que requiere de planificación, dedicación y trabajo de buena calidad para su exitosa realización. No es simplemente la aplicación de lo convencional, ya que se requiere también captar la atención de un público objetivo demandante sobre algo que es estrictamente serio. Por ello se necesita un largo y arduo proceso para definir la reproducción, duración, edición, estilo y otros aspectos técnicos del audiovisual.



PROPUESTA UNO



GUION LITERARIO

-  Escena 1 : Logotipo de la Reforma Curricular Animado. *(Ver bocetaje de animación de logotipo).*
-  Escena 2: Tomas de la USAC.
La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala es una entidad que se dedica a formar profesionales en los campos de locución, publicidad y periodismo, tiene una significativa relevancia para el desarrollo histórico de este ámbito disciplinario tanto en el ámbito nacional como regional.

En efecto, la fundación de su antecedente institucional inmediato, la Escuela Centroamericana de Periodismo, representó el inicio de la enseñanza universitaria de la comunicación social en Guatemala y en los demás países América Central.
-  Escena 3: Tomas de la ECC.
En 1947 fue aprobada la creación de la Escuela Centroamericana de Periodismo por el Consejo Superior Universitario, abriendo muchas puertas para todos los interesados en la educación de la comunicación.
-  Escena 4: Entrevista a los estudiantes.
-  Escena 5: Tomas en plano medio del entrevistado.
-  Escena 6 : Collage de todas las respuestas, fotos de estudiantes.





Preguntas:

- ¿Qué es lo que piensas de la ECC?
- ¿Qué crees que esperan los alumnos de nuevo ingreso?
- ¿Qué cursos se imparten dentro de la carrera?
- ¿Crees que lo que aprenden se encuentra actualizado a la época en la que vivimos?

(Todas estas preguntas se realizan para recaudar información relevante).

■ Escena 7: Planos de instalaciones con estudiantes.

■ Escena 8: Fotografías de los estudiantes.

Se tienen grandes planes para cambiar tu futuro como estudiante y profesional. Tú formas parte de este cambio y tenemos la oportunidad de cambiar nuestra historia en el 2015. Este será un año para entrar en un proceso de Reforma Curricular, un cambio de 360 grados.

■ Escena 9: Animaciones tipográficas (Motion Graphics).

¿Cómo puedes participar?

Debes ayudarnos a reflejar que nuestra propuesta es importante para ti como estudiante y para todos como comunidad educativa. Este es un proceso consciente, integral, voluntario y democrático y necesario para que nuestra decisión se tome en cuenta.

■ Escena 10: Animación de logotipo

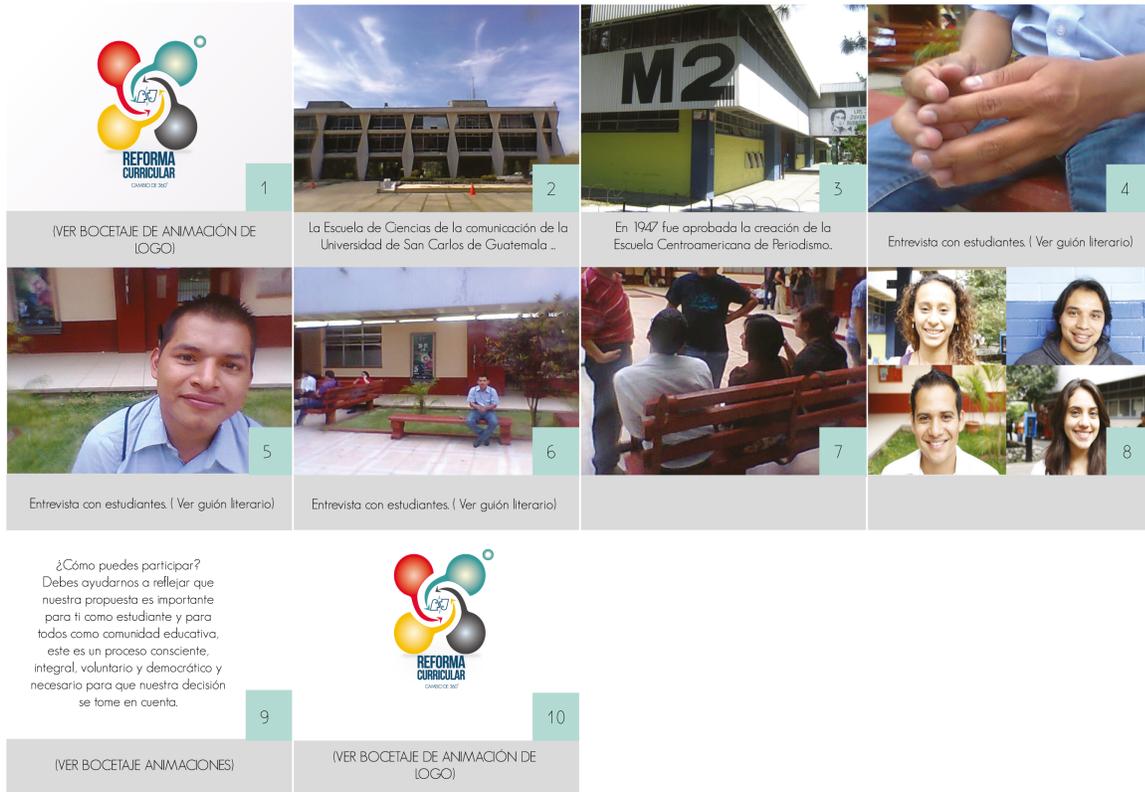
La Reforma Curricular es un cambio de 360 grados, Universidad de San Carlos de Guatemala.




GUION TÉCNICO

	Plano / Imagen	Acción	Sonido	Tiempo
1	Animación de logotipo	(Ver bocetaje de logotipo)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
2	-Toma Fija -Plano general	Instalaciones USAC, rectoría, edificios, murales, etc.	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	15 segs
3	-Paneos -Tomas del edificio de ECC, interior-exterior	Mostrar el edificio M2 y el Bienestar estudiantil por dentro y fuera	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
4	-Toma fija -Plano detalle -Plano americano	Mostrar estudiantes conviviendo en instalaciones	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
5-6	-Plano americano -Plano detalle	Entrevistas de los estudiantes	Voz de las entrevistas Musicalización de relleno	60 segs
7-8	-Fotografías de los estudiantes -Plano detalle	-Mostrar fotos de los estudiantes sonriendo, enfatizar algunos rostros. -Colocar palabras describiendo cualidades	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	30 segs
9	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Motion graphics	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	60 segs
10	Animación de logotipo	(Ver bocetaje de logotipo)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs

STORYBOARD



Esta primera propuesta se basa en comunicar lo que piensa la comunidad estudiantil, en forma de testimonios y entrevistas. Es una forma efectiva de comunicar lo que se desea transmitir, las preguntas están relacionadas con la información que se desea conseguir de los estudiantes.

Las imágenes de las instalaciones sirven intermedio para ubicar el punto de encuentro y realización de este proceso, así como también fotografías de los estudiantes, para enfatizar el público objetivo al que se desea llegar.

Los motion graphics serán de colores relacionados con el logotipo como se visualiza en el proceso de bocetaje, para darle dinamismo y color. Los tonos deben ser cálidos para transmitir accesibilidad, amabilidad y honestidad de los personajes presentados como precursores de cambio.



 PROPUESTA DOS

 GUION LITERARIO

 Escena 1: Display de fotografías de estudiantes, letras del 2015.

 Escena 2: Logotipo de la Reforma Curricular animado.

 Escena 3: Tomas de la USAC y estudiantes.

Con tracking en FX (Mostrar información estadística o datos relevantes relacionados).

La comunicación como una nueva disciplina para enseñar surge en Guatemala en el año de 1978, cuando la Escuela Centroamericana de Periodismo se transforma en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En ese año, fue una novedad para Centroamérica y América Latina que la Universidad de San Carlos de Guatemala se pusiera en la vanguardia, ya que apenas estaban surgiendo en Universidades Europeas y Estadounidenses, Escuelas y Facultades de Ciencias de Comunicación que sustituían a las viejas Escuelas de Periodismo y de Ciencias de la Información.

 Escena 4: Tomas de instalaciones ECC, estudiantes realizando actividades.

Sin embargo, 33 años después se puede decir que ocurre lo contrario: nuestra escuela se encuentra desactualizada a la época en la que vivimos, por varias razones.

Escena 5: Motion graphics, tipografías y elementos gráficos simples y coloridos.

Por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación, que debemos explotar.

 Escena 6: Elementos representativos explotando.

Motion graphics, fotografías estudiantes.

El mundo laboral profesional necesita una generación nueva de comunicadoras y comunicadores. ¡Y AHÍ ES DONDE ENTRAS TÚ!

 Escena 7: Tomas estudiantes.

Es sentir de nuestra comunidad educativa que en el fondo estemos todos de acuerdo que lo que se nos está enseñando en las áreas filosófica, social y técnica, agrupadas en cuatro departamentos:



Periodismo, Locución, Publicidad y Licenciatura, ya no nos llene, ya no nos diga nada o nos deje completamente insatisfechos e insatisfechas, que sintamos que estamos estudiando cosas que ya no sirven o que nos van a dejar fuera del mercado.

 Escena 8: Motion Graphics.

A) Conciencia que antes de una acreditación debe haber un movimiento de mejoramiento del pensum de estudios.

B) Que debe ser voluntario y democrático, que no se obligue a nadie a participar, pero que logremos el mayor número de participantes para que sea representativo.

C) Integral, porque debemos participar todos los sectores: autoridades, docentes, estudiantes y trabajadores administrativos y de servicios.

D) Necesario, porque debemos actualizar nuestro pensum de estudios hacia las nuevas formas de hacer comunicación, no solo para acercarnos a los avances tecnológicos sino, a la esencia filosófica y epistemológica de hacer comunicación en un nuevo siglo con la reformulación de roles y acciones de los elementos en nuevos procesos de comunicación.

 Escena 9: Animación logotipo. [\(Ver bocetaje de animación de logotipo\).](#)

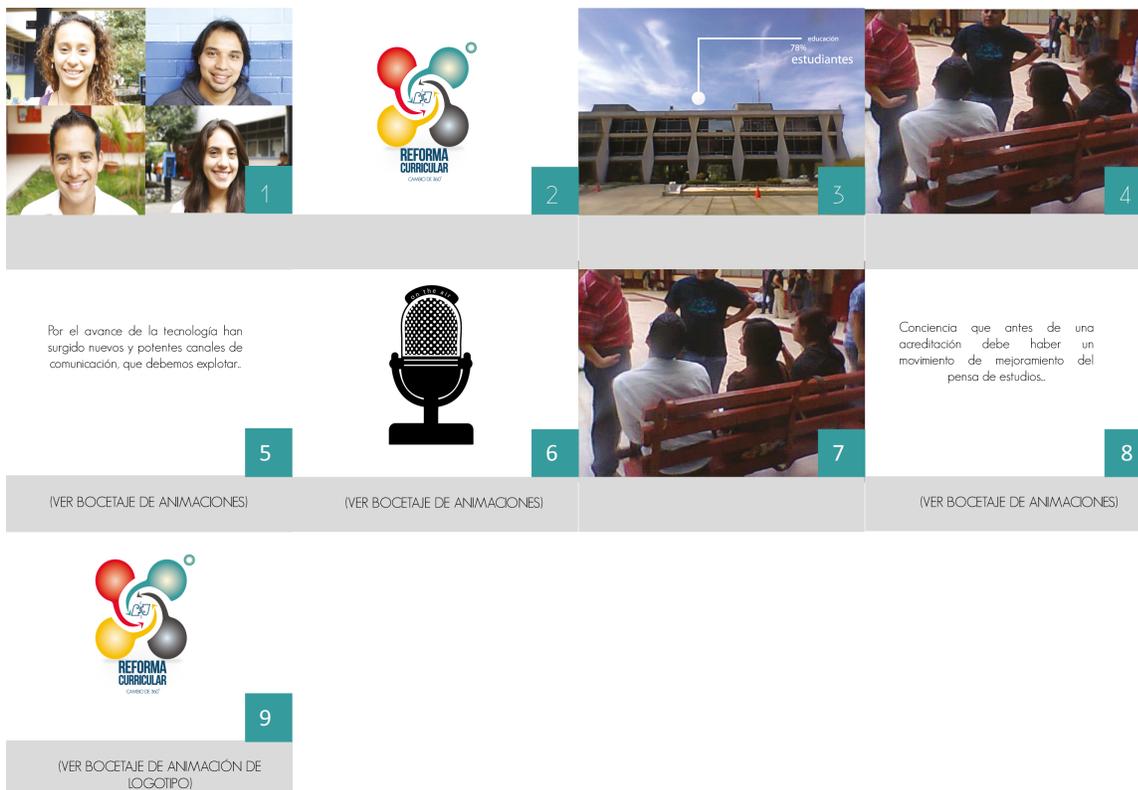
La Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es un Cambio de 360 grados, Universidad de San Carlos de Guatemala.




GUION TÉCNICO

	Plano / Imagen	Acción	Sonido	Tiempo
1	-Plano detalle -Paneos -Acercamientos -Fotografías	Varias fotografías de los estudiantes a toda velocidad, entrelazar los tiempo en alta y baja velocidad.	Musicalización de relleno	20 segs
2	-Animación de logotipo	(Ver bocetaje de logotipo).	Musicalización de relleno	15 segs
3	-Plano general -Tracking FX	Tomas de instalaciones USAC, rectoría, plazas, murales, edificios.	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	40 segs
4	-Toma general -Plano detalle	Mostrar instalaciones de la facultad de ECC, M2 y Bienestar estudiantil.	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	30 segs
5	-Motion graphics -Toma general	Tipografías animadas, con colores y signos llamativos (Ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	60 segs
6	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Mostrar fotos de los estudiantes sonriendo, enfatizar algunos rostros. -Colocar palabras describiendo cualidades	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	30 segs
7	-Plano perfil -Plano americano -Plano general	-Tomas de los estudiantes conviviendo en las instalaciones, estudiando.	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
8	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	Tipografías animadas, con colores y signos llamativos (Ver bocetaje).	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	60 segs
9	-Animación de logotipo ECC y USAC	(Ver bocetaje de logotipo).	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	15 segs

STORYBOARD



Esta segunda propuesta contempla la idea de no apoyarse en los testimoniales, sino en promocionar el proceso y lograr una identificación con los estudiantes de una manera creativa, utilizando los efectos especiales que nos ofrecen las plataformas digitales.

Siempre conservando la simplicidad sobre todo, se debe utilizar una tipografía juvenil y simple, se utilizarán técnicas como aumentar la velocidad de los videos, cámaras lentas, motion tracking, para que las tomas aunque estáticas tengan dinamismo y presenten datos que sean relevantes, necesarios e identifiquen al observador con el tema en cuestión.

El motion graphic es una parte muy importante, que vendrá acompañada por la voz en off de la conductora, lo cual le dará dinamismo y agregará ese toque juvenil a la pieza audiovisual. Se trata de jugar con jerarquías y diagramación en esta sección, tipografías coloridas, sobre un fondo blanco para equilibrar la estética de la pieza y crear un contraste en la animación.



 PROPUESTA TRES

 GUION LITERARIO

 Escena 1: Animación de logotipo ([ver bocetaje de animación del logotipo](#)).

 Escena 2: Tomas de las instalaciones de la USAC y de la ECC, tomas de estudiantes.

La comunicación como una nueva disciplina para enseñar surge en Guatemala en el año de 1978, cuando la Escuela Centroamericana de Periodismo se transforma en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En ese año, fue una novedad para Centroamérica y América Latina que la Universidad de San Carlos de Guatemala se pusiera en la vanguardia, ya que apenas estaban surgiendo en Universidades Europeas y Estadounidenses, Escuelas y Facultades de Ciencias de Comunicación que sustituían a las viejas Escuelas de Periodismo y de Ciencias de la Información.

Sin embargo, 33 años después se puede decir que ocurre lo contrario: nuestra Escuela se encuentra desactualizada a la época en la que vivimos, por varias razones, como:

 Escena 3: Motion graphics con conductora.

Primero, por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación, que debemos explotar.

Por otro lado, el concepto de lo que es y se trata las Ciencias de la Comunicación se está reconstruyendo.

También porque las sociedades modernas están construyendo una ciencia llamada comunicología, el estudio y reflexión de la comunicación, y por ello debemos ser profesionales conocedores de la comunicación en todos sus aspectos.

Y por último, porque el mundo laboral profesional necesita una generación nueva de comunicadoras y comunicadores.

 Escena 4: Solamente Motion Graphics sin conductora.

¡Y AHÍ ES DONDE ENTRAS TÚ!

 Escena 5: Display de fotografías de los estudiantes.





Para ello es necesario que tú como estudiante formes parte de los procesos en el 2013, evaluando qué es lo que queremos estudiar, que los docentes nos acompañen y nos ayuden a reestructurar los cursos y a elaborar un catálogo de estudios, también las autoridades harán su aporte reestructurando Control Académico, otras áreas académicas y de servicio de tal forma que en el 2014 nos preparemos para entrar al 2015 en un proceso de Reforma Curricular.

■ Escena 6: Motion graphics sin conductora.

¿ESTÁS LISTO?

■ Escena 7: Motion graphics con conductora.

Tú formas parte importante de este cambio y tenemos la oportunidad de cambiar nuestra historia, el proceso lo describimos con estas palabras:

■ Escena 9 : Motion graphics sin conductora.

VOLUNTARIO Y DEMOCRÁTICO

■ Escena 10: Motion graphics con conductora.

Debemos lograr mayor número de participantes para que sea representativo y nuestra opinión se tome en cuenta.

■ Escena 11: Motion graphics sin conductora

INTEGRAL

■ Escena 12: Motion graphics con conductora

Debemos participar todos los sectores, autoridades, docentes, estudiantes y trabajadores administrativos y de servicios, todos formaremos uno solo con el objetivo de mejorar.

■ Escena 13: Motion graphics sin conductora

NECESARIO

■ Escena 15: Motion graphics con conductora.

Debemos dirigirnos hacia las nuevas formas de hacer comunicación, no solo para acercarnos a los avances tecnológicos sino a la esencia, fundamentos, y métodos de hacer comunicación en un nuevo siglo con la reformulación de roles y acciones de los elementos en nuevos proceso de comunicación.



Escena 16-17: Entonces, ¿contamos contigo? Prepárate.

Escena 18: Animación de logotipo (ver bocetaje de animación de logotipo).

La Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es un Cambio de 360 grados, Universidad de San Carlos de Guatemala.

GUION TÉCNICO

	Plano / Imagen	Acción	Sonido	Tiempo
1	-Animación de logotipo	(Ver bocetaje de animación)	Musicalización de relleno	20 segs
2	-Plano general -Toma fija	Tomas de instalaciones USAC, rectoría, plazas, murales, edificios. Mostrar instalaciones de la facultad de ECC, M2 y bienestar estudiantil.	Voz en off: Locutora. Intencion: Narrativa Musicalizacion de relleno	60 segs
3	-Toma americana -Toma fija -Motion graphics	-Motion graphics con conductora (ver bocetaje y storyboard).	Voz de Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
4	-Motion graphics -Toma general	Tipografías animadas, con colores y símbolos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off:Locutora. Intencion: Narrativa Musicalización de relleno	5 segs



5	-Plano detalle -Fotografías	Tipografías animadas con colores y signos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	30 segs
6	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	30 segs
7	-Toma americana -Toma fija	-Tomas de los estudiantes conviviendo en las instalaciones, estudiando.	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
8	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	60 segs
9	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs
10	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
11	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs

12	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
13	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs
14	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	20 segs
15	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos (ver bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs
16	-Animaciones tipográficas -Motion graphics -Plano general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	40 segs
17	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs
18	-Motion graphics -Toma general	-Tipografías animadas con colores y signos llamativos junto con conductora (ver storyboard y bocetaje)	Voz en off: Locutora Intención: narrativa Musicalización de relleno	5 segs
19	-Animación de logotipo	(Ver bocetaje de animación)	Musicalización de relleno	20 segs

 <p>1</p>	 <p>2</p>	 <p>3</p>	<p>Primero, por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación, que debemos explorar.</p>  <p>4</p>
<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIÓN DE LOGOTIPO)</p>	<p>La comunicación como una nueva disciplina para enseñar surge, en Guatemala en el año de 1978...</p>		
<p>¡Y AHÍ, ES DONDE ENTRAS TÚ!</p> <p>5</p>	 <p>6</p>	<p>¿ESTÁS LISTO?</p> <p>7</p>	<p>Tú formas parte importante de este cambio y tenemos la oportunidad de cambiar nuestra historia, el proceso los describimos con estas palabras:</p>  <p>8</p>
<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>		
<p>CONCIENCIA</p> <p>9</p>	<p>CONCIENCIA antes de una acreditación debe haber un movimiento de mejoramiento del pensum de estudios, evaluando lo que necesitamos y lo que mejor olvidamos.</p>  <p>10</p>	<p>VOLUNTARIO Y DEMOCRÁTICO</p> <p>11</p>	<p>VOLUNTARIO Y DEMOCRÁTICO. Debemos de lograr mayor número de participantes para que sea representativa nuestra opinión se tome en cuenta.</p>  <p>12</p>
<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>
<p>INTEGRAL</p> <p>13</p>	<p>INTEGRAL: debemos participar todos los sectores, autoridades, docentes, estudiantes y trabajadores administrativos y de servicios, todos formaremos uno solo con el objetivo de mejorar.</p>  <p>14</p>	<p>NECESARIO</p> <p>15</p>	<p>NECESARIO: Debemos dirigirnos hacia las nuevas formas de hacer comunicación, no solo para acercarnos a los avances tecnológicos sino a la esencia, fundamentos, y métodos de hacer...</p>  <p>16</p>
<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>		<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>
<p>ENTONCES, ¿CONTAMOS CONTIGO?</p> <p>17</p>	<p>¡PREPARATE!</p> <p>18</p>	 <p>19</p>	
<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>	<p>(VER BOCETAJE DE ANIMACIONES)</p>		

Esta tercer propuesta desea mezclar algunas de las alternativas de las otras propuestas, junto con algunas otras con el objetivo de mostrar algo diferente, motivacional, funcional, entretenido e informativo.

Se plantea juntar los efectos que brindan las plataformas tecnológicas junto con personajes y técnicas que ayuden a crear un material que llame la atención del observador.

Para las tomas de las instalaciones y estudiantes se desea utilizar la luz natural y la utilización de colores saturados y contrastantes, también se plantea incluir a una conductora, una chica que forme parte de la casa de estudios y que cumpla la función tanto de informar como de crear empatía con el tema, utilizar el motion graphic junto con la conductora para enfatizar la información con la utilización de tipografías y elementos gráficos que ayuden a la comprensión del tema en cuestión. Se utilizará la diagramación en jerarquía y una paleta de colores siempre tratando de relacionar todos los aspectos.

SELECCIÓN DE PROPUESTAS

Para tomar una decisión basada en aspectos relevantes relacionados con el diseño y realización de este audiovisual, se realizó la siguiente tabla de evaluación con elementos importantes a tomar en cuenta para que sea un producto final efectivo. Se tomará la decisión dependiendo del puntaje que reciba, ya que de esa manera se toma en cuenta cada aspecto importante de cada una de las propuestas.

Valores : 1 a 5
 1 Menor puntaje
 5 Mayor puntaje

Elección de propuesta	Funcionalidad	Estética	Concepto	Creatividad	Unidad	Relación con G.O.	Viabilidad	Dinamismo	Temática	TOTAL
PROPUESTA UNO	4	3	2	3	5	5	5	1	2	30
PROPUESTA DOS	4	5	3	4	5	5	4	5	3	38
PROPUESTA TRES	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43

(Las definiciones de los elementos evaluados en la tabla se encuentran en anexos)

Por medio de la tabla de evaluación que considera elementos importantes para este material como lo son funcionalidad, estética, concepto de los elementos, creatividad, unidad de diseño, relación con el grupo objetivo, viabilidad del proyecto, dinamismo de la pieza y temática, la propuesta que cumple con notoriedad con estos elementos es la número tres, la cual se tomará en cuenta como propuesta base y guía para la realización de este proyecto.

En las tres propuestas anteriores, el objetivo es que sea un audiovisual entretenido, directo, conciso, efectivo y motivacional. Al hacer comparaciones y hacer una lista de los pros y contras, cada propuesta presenta diferentes aspectos. La propuesta 1: por medio de testimonios trata de crear cierta vinculación con el observador. La propuesta número 2: es creativa y dinámica, y trata de vincularse con el grupo objetivo por medio de las tomas de estudiantes y los motion graphics de forma creativa y dinámica. Y por último la propuesta número 3: es un audiovisual que mezcla todas las propuestas y muestra algunas otras que lo hacen un material bastante completo, dinámico, entretenido y creativo, lo que lo hace distinto a los demás.

Por ello se descartan la propuesta 1 y 2, ya que ambas comparten la falta de algunos elementos dinámicos que pueden servir de mucha ayuda para captar la atención del observador.

Por lo que es conveniente elegir como mejor opción la propuesta numero 3, ya que mantiene balance entre la simplicidad y el tipo de atención que se desea tener, técnicas distintas y la transmisión de cierta empatía con los personajes que se retratan como comunicadores.

BOCETAJE DE ANIMACIÓN DE LOGOTIPO

UNO

1



Título entra en opacidad y escala.

2



Título se aclara con opacidad

3

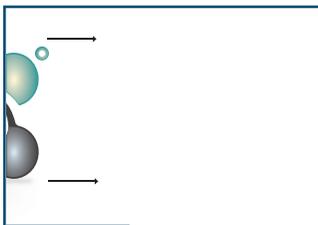


Entra en posición de abajo hacia arriba la tipografía



 DOS

 1



Entra el logotipo de izquierda a derecha.

 2



Logotipo se posiciona dentro del cuadro.

 3



De derecha a izquierda entra la tipografía.

 TRES

 1



Logotipo entra en rotación y escala.

 2



Logotipo se posiciona dentro del cuadro.

 3



Reforma Curricular entra desde arriba.

Cambio 360 grados, rueda en su eje "Y" y se posiciona.





SELECCIÓN DE PROPUESTAS

Para tomar una decisión basada en aspectos relevantes relacionados con el diseño como se realizó anteriormente se realiza una tabla de evaluación para tomar una decisión acerca de cual animación para logotipo es adecuada para este material audiovisual.

Valores: 1 a 5
 1 Menor puntaje
 5 Mayor puntaje

Animación de logotipo	Funcionalidad	Estética	Concepto	Creatividad	Unidad	Relación con G.O.	Viabilidad	Dinamismo	Temática	TOTAL
PROPUESTA UNO	4	2	1	1	5	5	5	1	2	26
PROPUESTA DOS	4	5	1	2	5	5	4	1	3	30
PROPUESTA TRES	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43

La propuesta número 3 fue la propuesta que a partir de cumplir con la mayoría de los requisitos que se necesitan para la realización de este audiovisual fue elegida, ya que presenta distintas técnicas de efectos y conceptos, y se pretende mostrar de manera juvenil y colorida la idea central.

Por otro lado cuenta con un guion literario más enriquecido y completo que con las otras propuestas. Y por último es la unión de varias ideas que se plantearon en los guiones 1 y 2, por lo que lo hace una propuesta unificada tomando en cuenta las distintas necesidades e ideas que presentaban las otras opciones.



Distintas técnicas de generación de ideas y un guion directo y conciso forman parte de los elementos prioritarios que aumentan la efectividad de este tipo de audiovisuales, aumenta la eficiencia como canal de comunicación que nos brinda las posibilidades de mandar el mensaje de manera efectiva, creando así una reacción en el grupo objetivo.

En esta etapa se decide qué elementos serán más importantes, cómo hallar la manera de crear un concepto armonioso y visualmente atractivo, qué tipografías utilizar, que técnicas y encuadres se debe tomar en cuenta, etc.

En la sección donde se presenta la conductora e informa acerca del tema en cuestión, se consideró como base para los gráficos, signos, elementos simples con el fin de dar un mensaje legible, concreto y directo por medio de imágenes que son conocidas y familiares de las que se posea conocimiento de su significado.

Se basó en cada parte del guión literario para poder sintetizar estas ideas

GUION LITERARIO	PALABRAS CLAVE
Primero, por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación, que es necesario explotar.	Tecnología Surgido Nuevos Canales de Comunicación

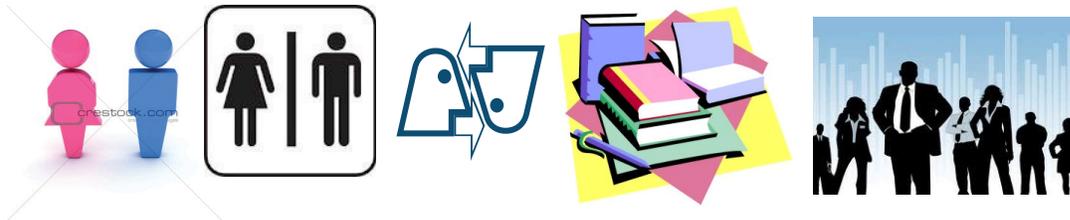
 REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE



GUION LITERARIO	PALABRAS CLAVE
También porque las sociedades modernas están construyendo una ciencia llamada comunicología, el estudio y reflexión de la comunicación y por ello es necesario ser profesionales conocedores de la comunicación en todos sus aspectos.	Sociedades Modernas Comunicología Estudio Profesionales conocedores



REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE



GUION LITERARIO

PALABRAS CLAVE

Y por último porque el mundo laboral profesional necesita una generación nueva de comunicadoras y comunicadores.

Mundo laboral
Generación nueva
Comunicadores y comunicadoras

REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE



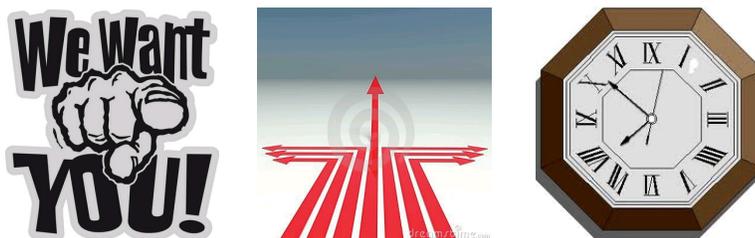
GUION LITERARIO

PALABRAS CLAVE

Tú formas parte importante de este cambio y tenemos la oportunidad de cambiar nuestra historia, el proceso lo describimos con estas palabras:

Tú
Cambio
Oportunidad
Historia

REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE





GUION LITERARIO

PALABRAS CLAVE

VOLUNTARIO Y DEMOCRÁTICO
Debemos lograr mayor número de participantes para que sea representativo y nuestra opinión se tome en cuenta.

Mayor Número
Participantes



REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE



GUION LITERARIO

PALABRAS CLAVE

INTEGRAL
Debemos participar todos los sectores, autoridades, docentes, estudiantes y trabajadores administrativos y de servicios, todos formaremos uno solo con el objetivo de mejorar.

Todos los sectores
Estudiantes, docentes, autoridades administrativas y de servicios



REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE





GUIÓN LITERARIO

NECESARIO

Debemos dirigirnos hacia las nuevas formas de hacer comunicación, no solo para acercarnos a los avances tecnológicos sino a la esencia, fundamentos y métodos de hacer comunicación en un nuevo siglo con la reformulación de roles y acciones de los elementos en nuevos procesos de comunicación.

PALABRAS CLAVE

Todos los sectores
Estudiantes, docentes, autoridades
administrativos y de servicios

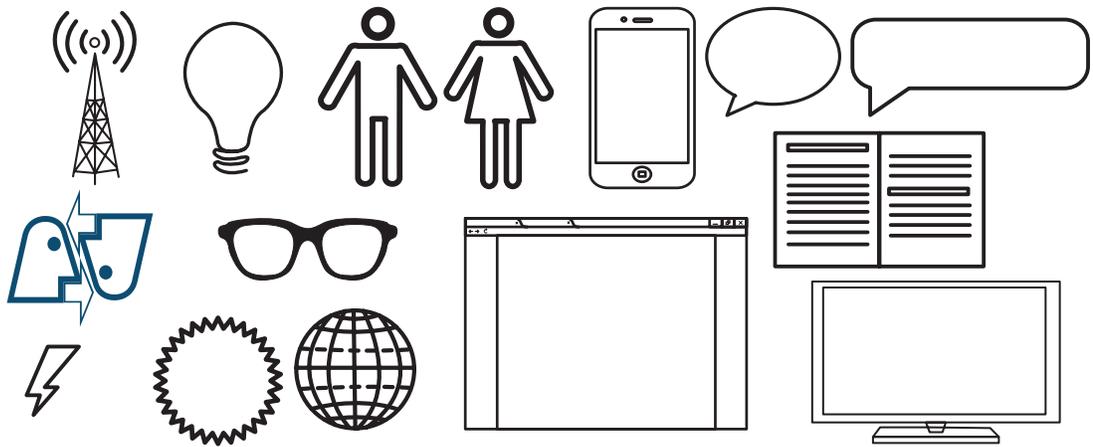


REFERENCIAS DE PALABRAS CLAVE



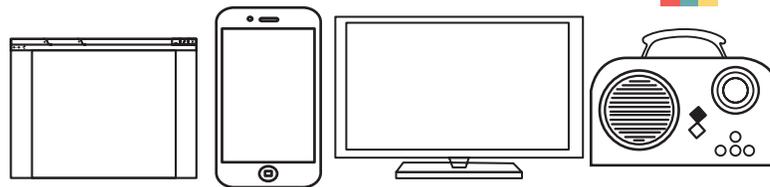


SIGNOS



Cada signo se utiliza para representar y reforzar lo que se habla:

TECNOLOGÍA



ESTUDIO



ENERGÍA



COMUNICACIÓN





 CONOCIMIENTO/IDEAS



 PERSONAS



Algunos de los signos elaborados tienen como finalidad enfatizar una idea y otros son elementos puramente estéticos que ayudarán a darle movimiento a la pieza, tales como las viñetas de comunicación, los rayos, los círculos, entre otros.

 CONDUCCIÓN

Un conductor debe tener ciertas características, dependiendo del grupo objetivo al que va dirigido, por ello para poder hacer una elección efectiva se evalúan distintas cualidades que debe poseer.

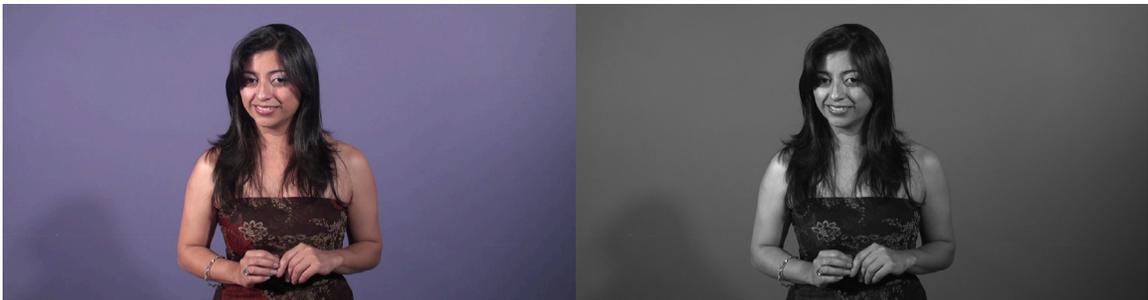
Valores: 1 a 5
 1 Menor puntaje
 5 Mayor puntaje

Elección de posible conductor	Identificación	Empatía	Accesibilidad	Viabilidad	Acorde a G.O.	Comunicación	Tono de voz	Unidad	Dinamismo	Total
HOMBRE (20 a 25 años)	4	3	2	2	5	5	3	5	2	32
Mujer (20 a 25 años)	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
Hombre y Mujer	5	5	3	1	5	3	3	5	5	32

Debido a los resultados que proporciona la tabla de evaluación, la opción más efectiva sería elegir a una conductora, estudiante de la ECC, ya que por factores como un tono de voz más suave y otro muy importante que las estadísticas muestran que se encuentra un porcentaje mayor de mujeres en la Escuela de Ciencias de la Comunicación que de hombres. Por otro lado, el tono de voz y expresión corporal generan empatía al grupo objetivo, por lo que se considera la opción más pertinente para elegir a la conductora de este audiovisual.

COLOR DE VÍDEO

El color de vídeo junto con los signos se decide mediante una tabla de evaluación que indicará qué propuesta dará un alto contraste y legibilidad de las animaciones presentadas, enfocando la atención tanto en las animaciones como en la conductora.



 TONO NORMAL

 ESCALA DE GRISES



 TONO SEPIA





Valores: 1 a 5

1 Menor puntaje
5 Mayor puntaje

Color de video	Legibilidad	Estética	Diseño	Viabilidad	Acorde a G.O.	Comunicación	Contraste	Unidad	Dinamismo	Total
Tono normal	4	3	2	2	5	5	3	5	1	31
Escala de grises	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
Sepia	5	5	3	1	5	3	3	5	5	32

Por medio de la tabla de evaluación se examina cada característica que cumpla con los elementos relevantes para presentar un producto de calidad.

Se decide que el blanco y negro es una opción diferente, de tal manera que llamará la atención hacia las animaciones que interactúan con la presentadora, por otro lado se le prestará atención tanto a ella como a los elementos y mostrará un alto contraste de colores, para que estos sean representativos de todo el audiovisual.

Esta solución está sujeta al proceso de producción, ya que factores como iluminación, background, el tipo de cámara, entre otros, pueden cambiar el resultado por otro que presente una mejor estética. Este es un resultado que se decidirá en el proceso de validación y producción de la propuesta final.

AUDIOVISUAL

COLORES / TIPOGRAFÍAS / ESTÉTICA / ANIMACIONES

A continuación, se presenta el bocetaje y evaluación de la tipografía, código cromático, entre otros elementos importantes para este material.



En esta propuesta se determinó una paleta de colores fríos, incluyendo el color celeste y combinaciones de este, ya que es uno de los colores más representativos de la Escuela de Ciencias de la comunicación. Se utilizó un borde de brush para los signos, estilo trazo de lápiz, para darle énfasis al estudio y para darle un efecto distinto.

Se decidió utilizar la tipografía helvética por su simplicidad y alta legibilidad, y es una fuente universal.



 CÓDIGO CRÓMATICO



 APLICACIÓN DE COLOR A SIGNOS / TÉCNICA



 COLORES APLICADOS A TIPOGRAFÍA

ABCD ABCD ABCD
1234 1234 1234
()\$"% ()\$"% ()\$"%
HELVÉTICA LSTD

 APLICACIÓN A LA ANIMACIÓN

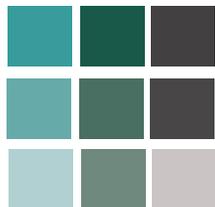


 B

En esta propuesta se decidió contar con la paleta del color celeste, que como antes se mencionó es uno de los colores más representativos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

También se da seguimiento a la utilización de tipografías palo seco light, en este caso la Geosans light, ya que es primordial reflejar simplicidad, uniformidad, juventud.

 CÓDIGO CRÓMATICO



 APLICACIÓN DE COLOR A SIGNOS / TÉCNICA





COLORES APLICADOS A TIPOGRAFÍA

ABCD ABCD
1234 1234
()\$"% ()\$"%
Geosans Light



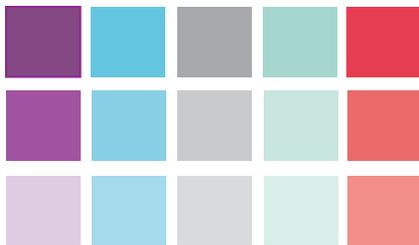
APLICACIÓN A LA ANIMACIÓN



Esta propuesta presenta colores relacionados con la ECC, pero combinado con colores vivos, contrastantes, para darle otro toque y otra temática. Por otro lado se decide utilizar la fuente Arial bold, una opción tipográfica ancha y con más legibilidad.



CÓDIGO CRÓMATICO



APLICACIÓN DE COLOR A SIGNOS / TÉCNICA





COLORES APLICADOS A TIPOGRAFÍA

ABCD ABCD ABCD ABCD
1234 1234 1234 1234
()\$”% ()\$”% ()\$”% ()\$”%
ARIAL BLACK



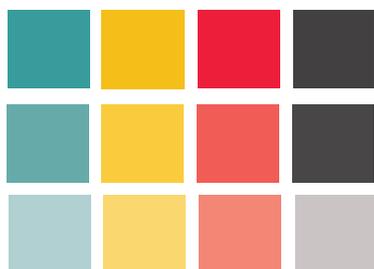
APLICACIÓN A LA ANIMACIÓN



En esta última propuesta se tomaron en cuenta los colores que conforman el logotipo de la Reforma Curricular, para darle temática y enfatizar la imagen de este logotipo.



CÓDIGO CRÓMATICO



APLICACIÓN DE COLOR A SIGNOS / TÉCNICA





COLORES APLICADOS A TIPOGRAFÍA

ABCD **ABCD** **ABCD** **ABCD**
1234 **1234** **1234** **1234**
 () \$ % () \$ % () \$ % () \$ %
BEBAS NEUE



APLICACIÓN A LA ANIMACIÓN



Valores: 1 a 5



1 Menor puntaje

5 Mayor puntaje

Signos, tipografía y colores	Legibilidad	Estética	Diseño	Viabilidad	Acorde a G.O.	Comunicación	Contraste	Unidad	Dinamismo	Total
Opción A	3	2	5	5	2	2	2	1	3	25
Opción B	1	3	3	5	4	1	1	1	1	20
Opción C	5	2	3	5	3	4	5	1	4	32
Opción D	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42

PROPIETA PRELIMINAR

La combinación de elementos representativos relacionados con lo que el guion literario refiere y en cuanto a lo que se trata de enfatizar y comunicar se presenta en esta propuesta. La misma se desarrollará utilizando software especializado para la producción de diseño gráfico y multimedia como lo son: Adobe Illustrator, Adobe Premiere y Adobe After Effects.

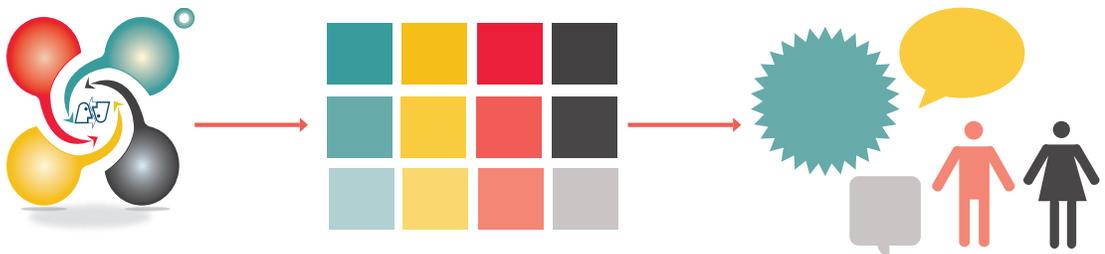
DISEÑO

SIGNOS

La simplificación y el empleo de signos servirán como apoyo para enfatizar una imagen limpia, entretenida y colorida. Todo signo colocado tiene una estrecha relación con el texto del guion literario, para reforzar lo que quiere decir la conductora.

CROMÁTICO

El uso de color adquiere mucha importancia en la comunicación y temática del audiovisual, ya que se utilizan los colores representativos del logotipo, tratando de identificar el material con la campaña publicitaria impresa.



TIPOGRÁFICO

Las cualidades que se quieren transmitir por medio de la tipografía son: Juventud, identificación, accesibilidad y legibilidad por medio de una familia tipográfica palo seco, utilizando solamente la caja alta.

ABCD ABCD ABCD ABCD
1234 1234 1234 1234
()\$"% ()\$"% ()\$"% ()\$"%
BEBAS NEUE



■ EJES DE DIAGRAMACIÓN

Se trata de lograr un equilibrio con el objeto central (la conductora) de manera que llamen la atención todos los elementos incluidos en el cuadro. Cuando la conductora no se encuentra en el plano, la animación es la parte central del audiovisual.

■ EQUILIBRIO DE DISEÑO EN GENERAL

El diseño en general posee un equilibrio asimétrico y simétrico, ya que dependiendo de lo que se presenta en el cuadro, ya sea una imagen, un video o la conductora, el equilibrio se nivela dependiendo de la jerarquía que se emplea al enfatizar las palabras en las animaciones, por lo que puede que en momentos sea asimétrico, y en algunos otros simétrico.

■ COLOR DE VÍDEO

Hay algunas partes del audiovisual que muestran el colorido original que presenta el cuadro en general, pero en casos como en la conducción de la presentadora, se decidió hacerlo en blanco y negro para darle uniformidad a toda la pieza grafica en general, para que los elementos animados no robaran la atención a la conducción y viceversa, para poder mantener un equilibrio y conservar la simpleza, y por otro lado reflejar y resaltar ese factor de identificación con la información que se transmite.



FUNDAMENTACIÓN DE SELECCIÓN

Respecto a la tabla de evaluación, las opciones A, B y C carecen de algunos conceptos relevantes para la realización de este audiovisual de forma efectiva. Factores tales como legibilidad, diseño y contraste son muy importantes, ya que este audiovisual busca ser informativo y dinámico. Por ello se encuentra la Opción D como la opción más funcional y estética, ya que obtuvo el puntaje más alto en relación a todos los criterios evaluados. Por otro lado es funcional el código cromático, ya que se encuentra vinculado con los colores identificativos de la Reforma Curricular, para darle unidad y dinamismo al concepto. Además, las paletas de color del rojo, amarillo, turquesa forman un contraste con el vídeo que se encuentra en blanco y negro, le da color y vida, elementos que no resultan en las opciones A y B, ya que tienen tonalidades muy opacas y fuentes tipográficas muy delgadas que dificultan la legibilidad. Por otro lado las fuentes tipográficas de las opciones C y D presentan un alto contraste y legibilidad, pero la opción D se muestra fuerte en cuanto a la unidad y diseño con las otras piezas que se elaboraron en la campaña publicitaria impresa.

Por estos criterios evaluados se considera que la opción D es la opción más conveniente a utilizar en esta fase del diseño. Estos resultados se encuentran sujetos a la validación del grupo objetivo y las soluciones de diseño y gráficas que se encuentren en un futuro.

SEGUNDO NIVEL / PROPUESTA

En este nivel se realiza la primera propuesta del proyecto, con base en los bocetos seleccionados anteriormente que, se considera, cumplen con el objetivo que se desea alcanzar. Luego este producto se le presenta a diseñadores y expertos para que puedan expresar su punto de vista sobre la ejecución del proyecto.

PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUAL INFORMATIVO





4



5



6



7



8



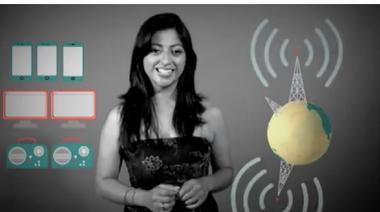
9



10



11



12



13



14



15



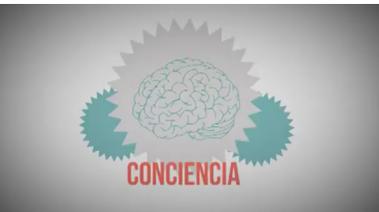
16



17



18



19



20



21





22



23



24



25



La primera toma es la animación del logotipo de la Reforma Curricular, que sale del encuadre en transparencia mezclándose con una toma del edificio de rectoría, se muestran distintas tomas de murales e instalaciones de la USAC, para luego entrar a los edificios donde se imparten clases de la ECC, tales como el M2 y el Bienestar Estudiantil, para luego entrar al encuadre, imágenes de los estudiantes conviviendo dentro de las instalaciones, las cuales se complementan con la locución que se escucha al fondo.

Luego se entra en la sección de conducción, en la que la conductora, Alejandra Acevedo, nos platica acerca de las razones por las cuales se necesita un proceso de Reforma Curricular en la ECC. El vídeo continúa con un slide de fotografías de los estudiantes, en los que la locución nos habla que el estudiante forma parte importante del proceso, para luego entrar a la segunda parte de conducción, en la cual la conductora nos habla acerca de los procesos y necesidades que requiere este proyecto para poder llevarse a cabo y cómo el estudiante puede participar, para de último mostrar la animación del logotipo de la Reforma Curricular, cerrando con el logotipo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



 VALIDACIÓN CON DISEÑADORES GRÁFICOS

La última propuesta realizada fue mostrada a 5 profesionales en el tema de diseño gráfico y audiovisuales. Los criterios a evaluar fueron: información del audiovisual, colores, tipografía, motion graphics, musicalización, comunicación, fotografía, efectos. Se creó un instrumento de validación con el objetivo de recaudar información, adjuntando instrucciones, demos y diseño final ([ver resultados se encuentran adjuntos en los anexos](#)). En esta sección se analizarán los resultados obtenidos:

 1

“Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para”

Resultó que el 60% de los encuestados considera que genera identidad con la Escuela de Ciencias de la Comunicación, otro 20% que funciona para generar atención, y el otro 20% que sirve para llamar la atención del espectador. Los 3 resultados son satisfactorios, ya que con este audiovisual se espera generar identidad y empatía con la ECC, así como también llamar la atención y ayudar a la comprensión, ya que este audiovisual es una introducción a la campaña publicitaria.

 2

“Considera que el video sirve para”

Los resultados indican que el 60% de los entrevistados considera que este visual incita a la participación, este resultado indica más del 50% y es uno de los propósitos principales de este proyecto, por lo que nos indica buenos resultados. Por otro lado, el 40% restante indica que funciona para informar al grupo objetivo acerca de la situación actual, lo cual es otro objetivo de este visual.

 3

“La información que tiene el material es”

El 100% de los encuestados cree que es adecuada y suficiente. Este resultado es satisfactorio, ya que se pretende informar, incentivar, pero de forma directa, creativa y concreta, por lo que la información contenida en este visual se encuentra bien en cuanto a los resultados obtenidos.

 4

“Qué función prioritaria cree que cumplen los colores del material”

Los resultados nos indican que el 40% cree que sirven para incentivar al observador así como también el 40% cree que sirve para relacionar con el tema. Estos dos resultados se vinculan ya que son dos funciones que se esperan obtener en el público objetivo.





5/6

“Qué función prioritaria cree que tiene la tipografía en el material”

“La combinación de tipos de letras crees que es”

Las preguntas 5 y 6 se encuentran vinculadas a la tipografía, sus funciones y combinaciones. Los resultados indican que el 80% considera que es utilizada para facilitar la lectura, por otro lado el 60% en la otra pregunta cree que nos brinda claridad y legibilidad, son factores muy importantes ya que este elemento busca enfatizar la información que nos indica la conductora.

7/8

“Qué función tienen las imágenes utilizadas en el material”

“Qué características comunicativas tienen las imágenes, signos, colores utilizados en el material”

Las siguientes preguntas son respecto a las imágenes, signos, colores utilizados en el material. El 80% cree que nos ayuda a reforzar la idea central, y en la siguiente pregunta el 40% junto con otro 40% nos indican que es utilizado para describir y asociar las experiencias. Estos resultados refieren un contenido alto de lo que se necesita, reforzar una idea central y enfatizar los temas.

9/10

“En el vídeo, cree que la música expresa”

“La secuencia de las tomas de vídeo”

Por último nos referimos a preguntas vinculadas con el vídeo y su musicalización, el 80% cree que la música expresa tranquilidad y por otro lado el 80% cree que el audiovisual expresa una relación lógica de mensajes, los cuales son resultados satisfactorios ya que se espera que la música funcione como fondo, y que la secuencia de videos nos ayude a expresar y completar el mensaje.

En síntesis se entiende que los resultados son satisfactorios, y que se deben cambiar algunos aspectos como: La toma en la que se muestra un secuencia de fotografías de los estudiantes debe ser eliminada o más corta, por otro lado se debe de mejorar el audio de cuando se escucha a la señorita conduciendo, se debe de agregar tomas de estudiantes y más dinamismo en las tomas fijas para entretener, por otro lado tuvo resultados muy apropiados para correcciones menores, por lo que se considera necesario volver a grabar la parte de la conducción y considerar otras tomas para completar la parte de los estudiantes.



VALIDACIÓN CON EXPERTOS

La propuesta realizada fue mostrada a 3 expertos en comunicación, los criterios a evaluar fueron: información del audiovisual, códigos cromáticos, tipografías, motion graphics, musicalización, comunicación, fotografía, efectos, etc. Los criterios son similares a los evaluados con los diseñadores gráficos ([ver resultados adjuntos en anexos](#)).

Se creó un instrumento de validación y se obtuvieron resultados que se encuentran adjuntos en los anexos y conforme a ellos se concluye que todas las respuestas tuvieron un resultado unánime y colectivo, ya que fueron realizadas al mismo tiempo en un mismo lugar y nos indican que:

 1

“Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para”

La respuesta elegida fue “ayudar a la comprensión del contenido”, lo cual es una respuesta positiva considerando que se desea mandar un mensaje concreto y directo en un tiempo definido y de corta duración.

 2

“Considera que el video sirve para”

La respuesta elegida fue “informar acerca de la situación actual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación”. Este es uno de los propósitos del audiovisual, ya que como introducción se informa acerca de la situación actual de esta casa de estudios para luego dirigirse al tema de la solución a la problemática actual.

 3

“La información que tiene el material es”

Se obtuvo como resultado adecuada y suficiente. Este resultado es muy satisfactorio, ya que las otras opciones nos indican la información como pobre e insuficiente y susceptible a mejorarse, por lo que la información contenida en el guion literario es óptima directa, y suficiente según los resultados encontrados.

 4

“Qué función prioritaria cree que cumplen los colores del material”

La respuesta elegida al 100% fue relacionar e informar con el tema, respuesta que se considera positiva, ya que la paleta de colores que se evaluó anteriormente se eligió con el propósito principal de relacionar los colores con el logotipo de la Reforma Curricular, para identificarlos como propios de la campaña, dentro de la cual entran los audiovisuales.



5

“Qué función prioritaria cree que tiene la tipografía en el material”

La elección de la respuesta “enfaticar el tema” indica que la información sintetizada según los expertos enfatiza el tema, resultado que es positivo, ya que se desea informar acerca del tema en cuestión al grupo objetivo y enfatizar la información contenida cumple con los requisitos para que el contenido alcance sus própositos principales, siendo este un audiovisual introductorio a la Reforma Curricular 2015.

6

“La combinación de tipos de letras crees que es”

Los resultados de la pregunta seis “¿Cree que el audiovisual se dirige al grupo objetivo de forma?” muestran la selección de la opción “fresca y directa” por ser este un grupo objetivo joven y estudiantil. Se considera que la propuesta debe ser nueva, fresca y juvenil, razón por la cual el resultado es satisfactorio, ya que como se indica anteriormente se espera informar e incentivar a la participación en muy poco tiempo de duración pero de forma directa.

7

“Qué función tienen las imágenes utilizadas en el material”

Al avanzar dentro de las preguntas del instrumento de validación nos encontramos con la pregunta número siete, “¿Qué función tienen las imágenes utilizadas en el material?” La opción elegida fue expresar un lenguaje visual. Este audiovisual tiene como función informar, pero informar de una manera diferente, entretenida y muy visual, apoyándonos de las distintas plataformas para elaboración de audiovisuales que nos ofrece la tecnología, por lo que este resultado nos encamina a tener buenos resultados.

8

“Qué características comunicativas tienen las imágenes, signos, colores utilizados en el material”

Luego se encuentra la pregunta número ocho, que nos dice “¿Qué características comunicativas tienen las imágenes, signos y colores utilizados en el material?” Pregunta a la cual se respondió: asociativas que permiten vincular experiencias, este aunque sea un concepto muy complejo, nos indica que si se comprenden los signos, imágenes y colores utilizados en el material, que el espectador los vincula cosas familiares a su entorno y lo comprende conjunto a lo que se habla.

9/10

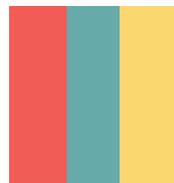
“En el vídeo, cree que la música expresa”
“La secuencia de las tomas de vídeo”

Por último tenemos las preguntas acerca de la musicalización y la secuencia en las tomas de video, en las cuales se encuentra como resultado que la música expresa y genera un estímulo, y que la



secuencia de tomas expresa una relación lógica de mensajes, con estos resultados se concluye que en cuanto a la opinión experta, son cambios mínimos los que se deben realizar y se toman en cuenta las sugerencias, tales como cambiar el audio de cuando habla la presentadora, usando un micrófono de solapa o ya sea un boom, grabando en un cuarto que no tenga resonancia y acortar la duración de la toma de los estudiantes, ya que distrae el contenido que se escucha en la locución.

Por ello como se sugirió en la validación con diseñadores gráficos se determina que es necesario arreglar el sonido de la presentadora para que se nivele con el de la locución, y acortar la sección de las fotografías de los estudiantes agregando otras tomas, como se indicó en la validación anterior, siendo estos resultados similares, es importante tomarlos en consideración y accionar a emplear los cambios.



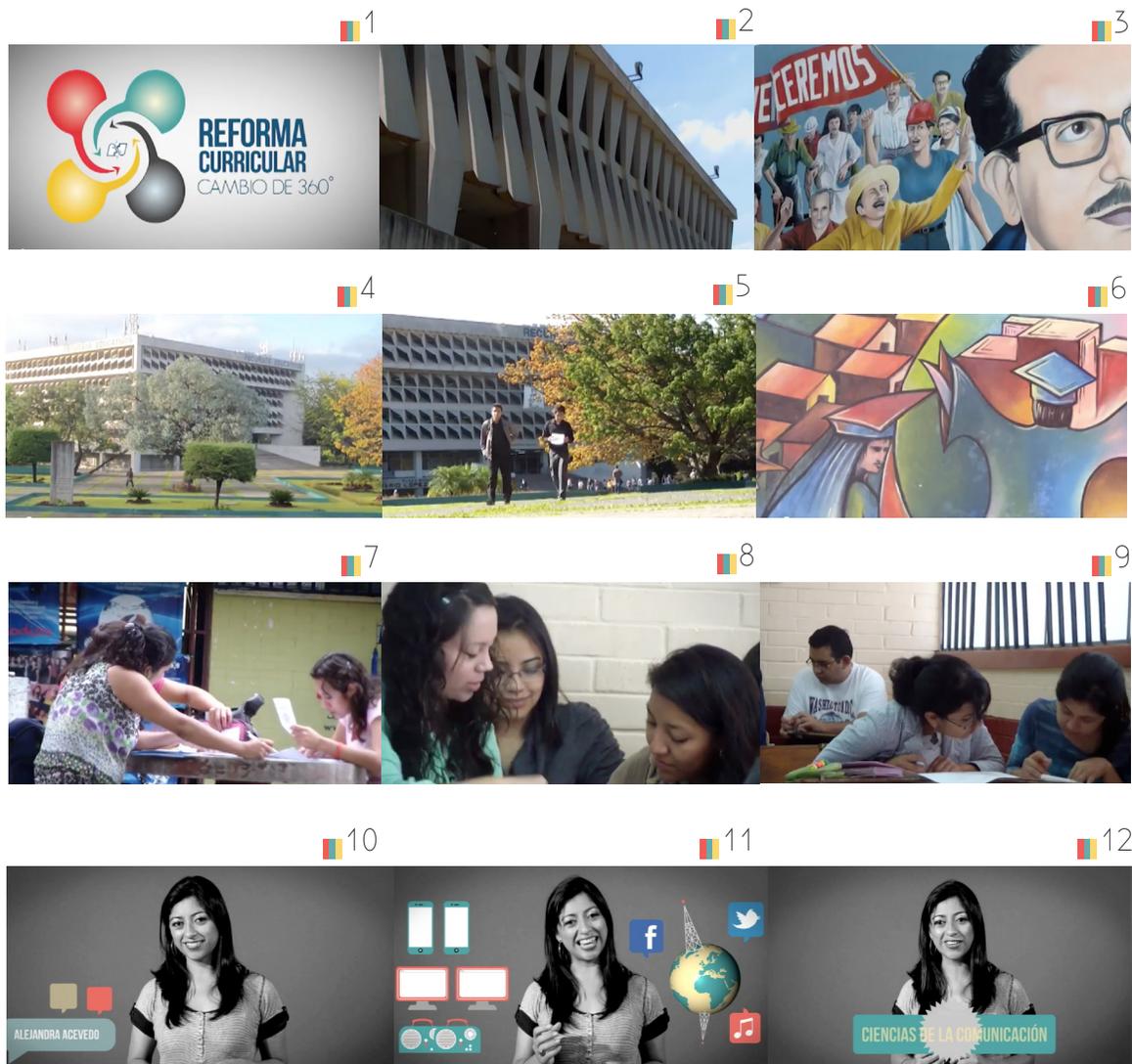
CAPÍTULO CINCO
Comprobación de eficacia y
propuesta final

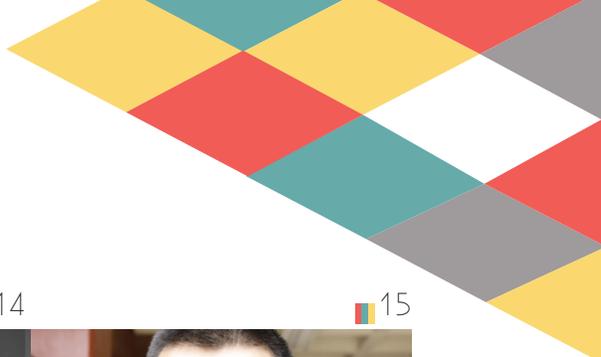


FASE 3 BOCETAJE Y VALIDACIÓN

En este nivel encontraremos la propuesta final, los cambios realizados de acuerdo a los resultados por validación de diseñadores gráficos y expertos y también la validación que da el grupo objetivo sobre su percepción de este material audiovisual.

PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUAL INFORMATIVO







CAMBIOS

A partir de las sugerencias y opiniones que se recaudaron con las validaciones de diseñadores gráficos y expertos se realizaron algunos cambios para optimizarlo y crear un mejor material que cumpla con su propósito.

Dentro de los cambios realizados se encuentran: mejorar el audio de la sección de conducción, por lo que se grabó nuevamente esa parte en un estudio de grabación de audio, con el equipo adecuado. Por otro lado se cambió el vestuario de la conductora para poder darle una imagen más juvenil. Además, se agregaron más tomas de los estudiantes en las instalaciones para agregarle dinamismo y movimiento a las tomas, así como también se redujo la parte del slide de fotografías de los estudiantes.

REGISTRO DE CAMBIOS



 ANTES



 DESPUÉS



 ANTES



 DESPUÉS



VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

La propuesta realizada con los cambios que se sugirieron por parte de los diseñadores gráficos y expertos en comunicación, fue mostrada a una muestra del grupo objetivo, 15 estudiantes de la clase de 8vo. semestre de la carrera de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC (ver resultados adjuntos en anexos), en las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

1

"¿Encontró algún tipo de asociación de lo que se habla y las imágenes que presentan en el audiovisual?"

Las respuestas nos indican que el 85% por ciento del grupo cree que hay mucha relación en cuanto al contenido, por lo que al ser la mayoría una respuesta positiva el resultado es satisfactorio.

2

"En términos generales la presencia gráfica del audiovisual es para"

El 45% opina que es para incentivar a la participación, mientras que el otro 30% determinó que fue realizado para mantener y captar su atención. Estos dos resultados son altamente válidos como uno mismo, ya que como objetivo se tiene incentivar y mantener su atención, al ser este el resultado se tiene la seguridad que el audiovisual cumple con diferentes propósitos necesarios para ser efectivo.

3/4

"El diseño del material audiovisual le pareció"
"¿Cree usted en la utilización de medios multimedia para comunicar a los estudiantes?,
¿Le gustaría recibir más material relacionado?"

El 85% de la muestra respondió que le pareció un material creativo, este resultado nos indica que es un material diferente, innovador que les da otra perspectiva en cuanto a lo que se está acostumbrado a ver en la ECC. Por otro lado tenemos la pregunta número cuatro: "¿Cree usted en la utilización de medios multimedia para comunicar a los estudiantes? ¿Le gustaría recibir más material relacionado?", el 83% de los encuestados respondió que sí le gustaría recibir más material de este tipo, ya que es una escuela especializada en la comunicación y deberían de haber más materiales de este tipo.

5

"¿Este tipo de material lo incentivaría a involucrarse más e informarse acerca de la ECC?"

Con respecto a esta pregunta, el 55% contesta que sí le gustaría buscar más información acerca de este tema, siendo este un grupo que tal vez no viva el cambio, ya que posiblemente se gradúen antes del tiempo estipulado, y que aún así el 55% quiera sentirse involucrado y ser parte de este proceso



es un resultado satisfactorio, ya que siendo esta su reacción como estudiantes, es posible que los recién egresados tengan una reacción más fuerte que la de ellos. Es importante recalcar que el 55% considera importante su participación, siendo esta evaluada anteriormente y se encontró cierto escepticismo en cuanto a la ECC, este es un resultado muy importante.

6

“Las letras utilizadas le dan una sensación de...”

Por otro lado está el resultado de la pregunta número seis, el 65% contesta que le dan una sensación de juventud y frescura, mientras que el otro 20% contesta que lo invita a ser parte de la Reforma. Estos dos resultados son satisfactorios, ya que el principal objetivo de la tipografía en este material es estar acorde al grupo objetivo, tanto como ser legible y presentar contraste con el fondo, por lo cual estos resultados tuvieron mejores propósitos que los que se tenían estipulados en el principio, sacando dos resultados positivos.

7

“¿Encuentra asociación de colores utilizados, al tema en cuestión?”

Con respecto a esta pregunta, el 65% contesta que mucho, este resultado es interesante, ya que cabe mencionar que algunos comentarios explicaban que estos colores no eran los oficiales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, mientras que otros se percataron de que el concepto cromatico de este material es combinar los colores del logotipo de la Reforma Curricular, por lo cual se considera que siendo este un material complementario de una campaña publicitaria, al presentar conjuntamente todo, el grupo objetivo comprenderá el concepto cromatico en su totalidad.

8

“La conductora transmite un sentimiento de”

La siguiente pregunta es referente a la conducción, en la cual los resultados indican que un 55% piensa que les transmite invitación. Este resultado es satisfactorio, aunque los comentarios indican que el audio aún no se encuentra en óptimas condiciones, así como también que es muy notable que la presentadora lee al hablar, por lo que es de importancia considerar volver a grabar este material para optimizarlo, ya que esta parte es una parte muy importante del audiovisual.

9/10

“Siendo este un material audiovisual,
¿qué le provoca?”
“Cree que todos los elementos del
audiovisual presentan”



Las dos últimas preguntas nos dicen “Siendo este un material audiovisual que le provoca?”, por otro lado “Cree que todos los elementos del audiovisual presentan:” el 85% responde que el audiovisual le provoca atención y participación, siendo este el principal objetivo es un gran resultado obtenido. Por otro lado el 60% piensa que el material presenta unidad. Este concepto es importante, ya que el material como producto debe ser comprendido como uno sólo, y esto nos ayuda a comprender cuál es la percepción del audiovisual con el grupo objetivo.

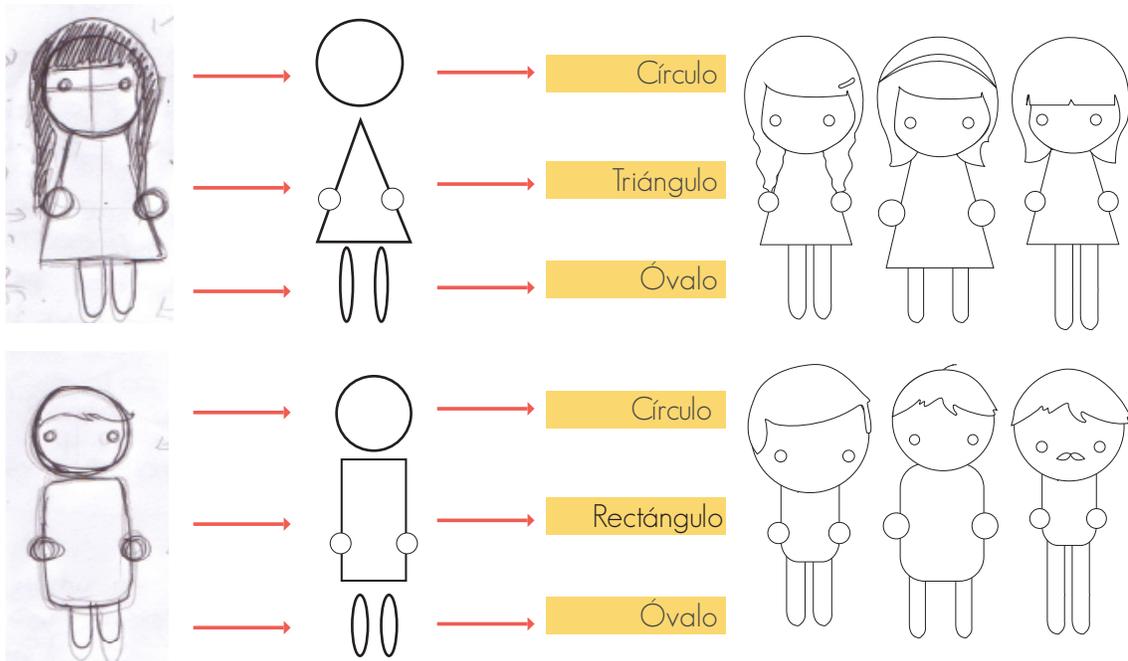
En conclusión se determina que se debe grabar nuevamente la parte de la presentadora, ya que es notable que lee, y de igual manera mejorar el audio aún más. Por otro lado agregar dinamismo a las tomas estáticas y acortar la sección de las fotografías de los estudiantes. Todos estos resultados se tomarán en cuenta para elaborar el resultado final de este audiovisual.

CAMBIOS

A continuación se presentan los cambios que se realizarán de acuerdo a las sugerencias del grupo objetivo, tomando en cuenta que su opinión es la más importante, ya que este material va dirigido hacia ellos.

CREACIÓN DE PERSONAJES

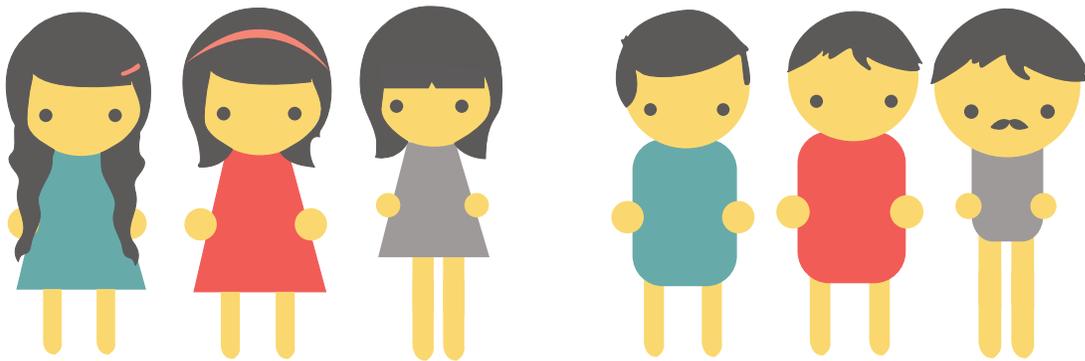
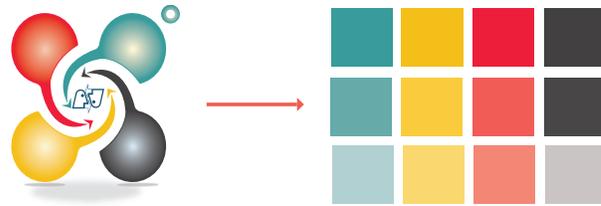
Para la elaboración de un material más dinámico e identificativo se realizó una serie de personajes en caricatura, que ayudan a formar cierta empatía e interacción con el Grupo objetivo, así como también le da un toque personal y estético a la pieza. Por otro lado se agregan ciertos elementos que puedan ser útiles para darle dinamismo a los motion graphics.





■ APLICACIÓN DE COLOR

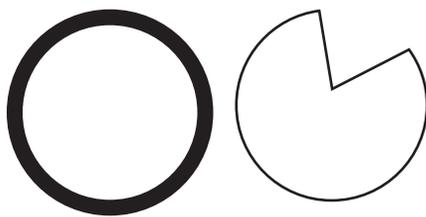
Para llevar la misma línea gráfica se tomaron los colores utilizados del logotipo de la Reforma Curricular para determinar la paleta de colores de estos personajes.



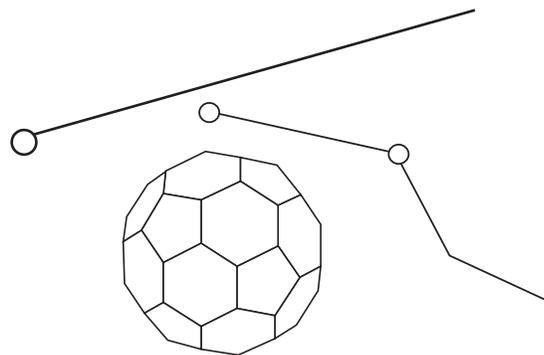
■ DINAMISMO EN TOMAS FIJAS

Para agregar dinamismo a las tomas fijas se decide emplear ilustraciones vectoriales y textos para enfatizar información relacionada con el grupo objetivo, interactuando con las tomas de vídeo.

■ ELEMENTOS INTERACTIVOS CON TOMAS DE VÍDEO



Para mostrar estadísticas



Para interactuar con tomas

■ APLICACIÓN DE COLOR

Para llevar la misma línea gráfica se tomaron los colores utilizados del logotipo de la Reforma Curricular para determinar la paleta de colores de estos elementos interactivos.



■ APLICACIÓN A LAS TOMAS

Esto es una muestra de cómo será el producto final, de cómo las figuras interactúan con los videos. Por otro lado la información que se muestra se obtiene del audio (locución y estadísticas obtenidas en el estudio previo del grupo objetivo).





CONDUCCIÓN

A partir de las validaciones del grupo objetivo se decide cambiar de solución gráfica optando por un fondo blanco para contrastar los colores. Una solución que partió por medio de los recursos de grabación disponibles, y por otro lado, una nueva presentadora, que se encuentre más acorde al Grupo objetivo, la estudiante de la ECC Andrea Bermejo.

Por otro lado se optó por la opción de que la presentadora memorice los textos para eliminar los problemas de lectura y darle mayor continuidad.

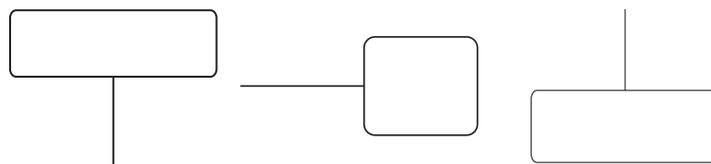
Se le aplicará la misma paleta de colores elegida anteriormente, el único cambio es el contraste al color blanco que tendrá el código cromático establecido.



APLICACIÓN DE ANIMACIÓN



Hay ciertos elementos que se utilizan como complemento para poder denotar y resaltar alguna animación, como figuras geométricas que en caso de no contar con una representación gráfica simple (signo), se representen por medio de palabras apoyadas por las figuras geométricas.



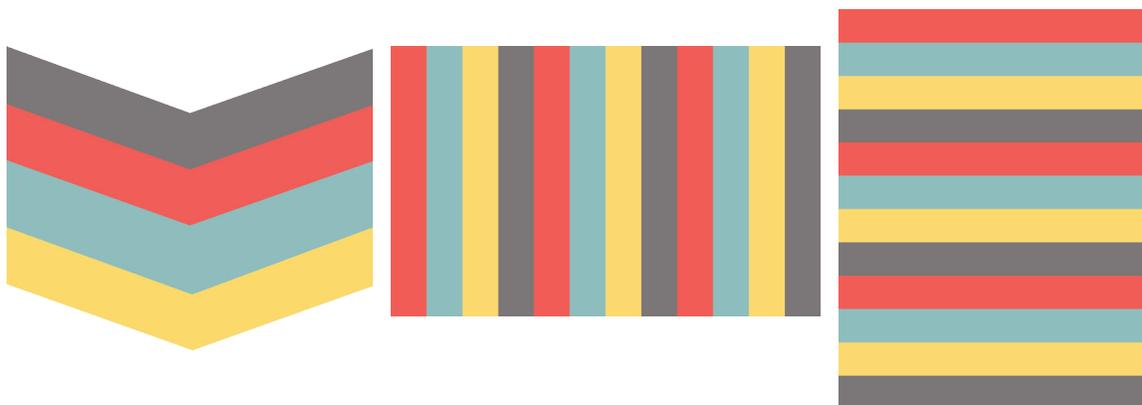
APLICACIÓN DE COLOR





■ TOMAS

Se realizaron cortinillas, para poder tener transiciones con mejor diseño y concepto adecuado al audiovisual, también para agregarle color a la pieza.



■ TOMAS

Se agregaron nuevas tomas que tuvieran movimiento tales como paneos, y algunas estáticas a las cuales se les agregó dinamismo y movimiento utilizando efectos especiales.



MUSICALIZACIÓN

La musicalización se cambió a algo más uniforme y constante, que no quitará atención sobre la información que se brinda alrededor de todo el audiovisual.



REGISTRO DE CAMBIOS

A continuación se muestra un registro de cómo se plantea que el producto final mejore, realizando comparaciones con los productos anteriores.



ANTES

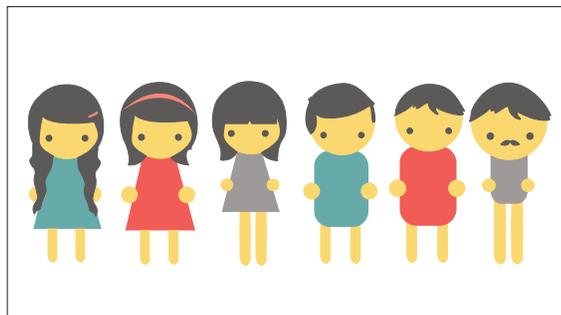


DESPUÉS

En la conducción se cambiará a la conductora, así como también el fondo utilizado para los motion graphics, como se mencionó anteriormente. Estos resultados estuvieron sujetos al proceso de producción



ANTES



DESPUÉS

Los elementos que representan a los estudiantes fueron cambiados por una versión caricaturizada de los signos, utilizando la misma paleta de colores, creando personajes para lograr un mejor nivel de identificación con el grupo objetivo.



 ANTES



 DESPUÉS

Como solución para darle dinamismo a las tomas estáticas se realizaron elementos que pudieran interactuar con los vídeos, para darle movimiento.



 ANTES



 DESPUÉS

La musicalización cambió por una opción constante y que le diera mayor importancia a las locuciones y conducción, pero al mismo tiempo cumple con la función de acompañar a los visuales agregando una atmósfera de tranquilidad.



 ANTES



 DESPUÉS

En las transiciones, como solución se crearon elementos que contienen el código cromático del audiovisual, para pasar de una toma a otra, en lugar de optar por transparencias cada vez que se necesitara una transición.





ANTES



DESPUÉS

Se cambiaron y agregaron algunas tomas de vídeo, ya que poseen acercamientos, paneos, plano contrapicada, entre otras, que agregan movimiento a las tomas. Esto se hizo dándole vital importancia a las opiniones de la validación del grupo objetivo.



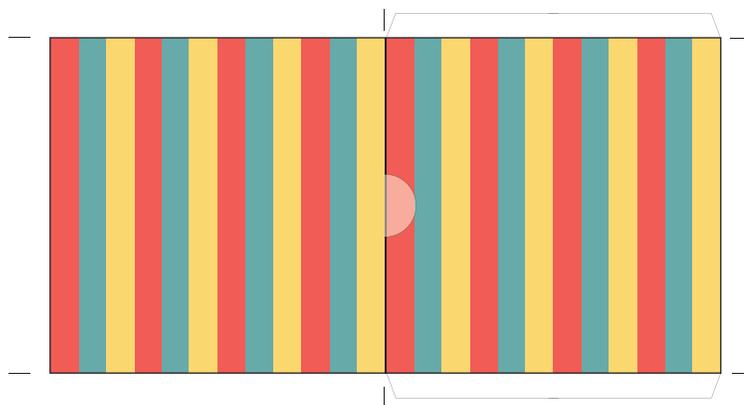
EMPAQUE

Para su presentación final de entrega, se realizó un empaque, para identificarlo como tal y protegerlo de distintos factores que puedan afectar su contenido.

INTERIOR



TIRO



RETIRO



CD



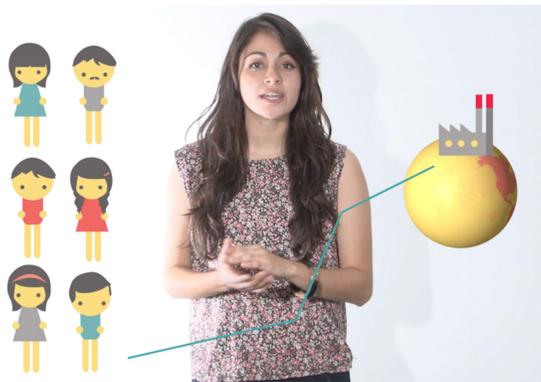
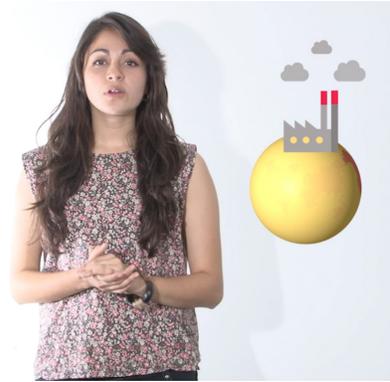
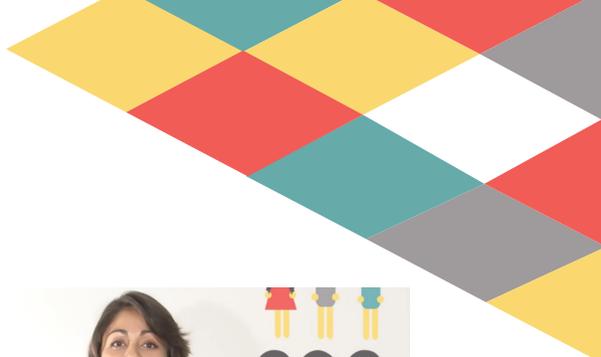


 PROPUESTA FINAL

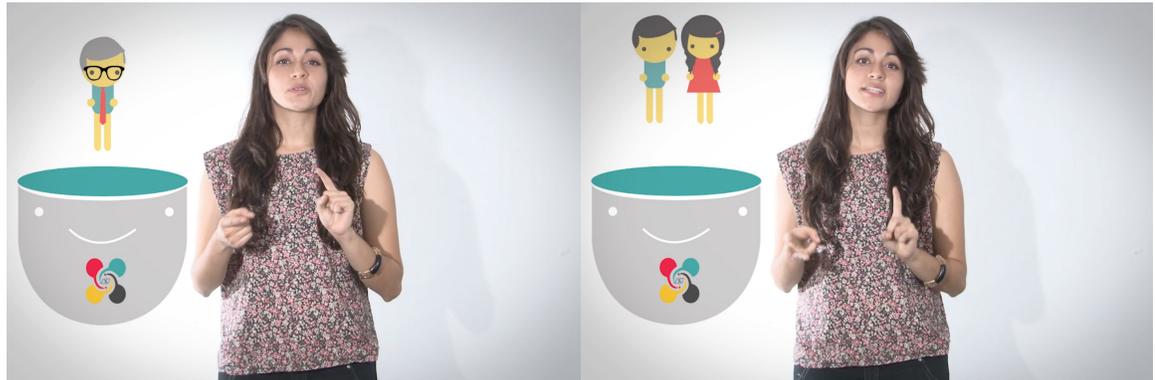
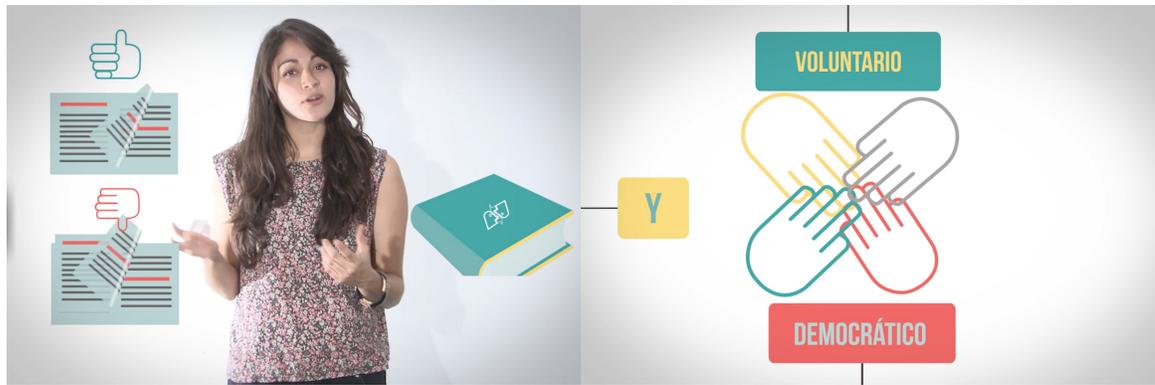
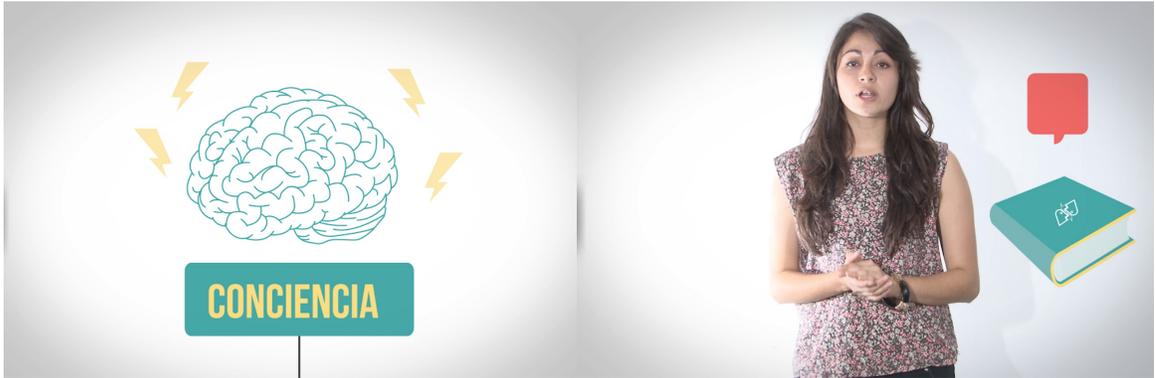














MEJORAR

UNO

SOLO

NECESARIO

ESENCIA

FUNDAMENTOS

REFORMULACIÓN

MÉTODOS



REFORMA CURRICULAR
CAMBIO DE 360°

CENTRO ACADÉMICO INTER-CARRERAS
UNIVERSIDAD CAROLINA DE COLOMBIA



FUNDAMENTACIÓN

Se realizó un vídeo promocional e informativo para la Campaña de la Reforma Curricular 2015, proyecto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que explica la situación actual de la ECC, así como también se plantean las metas que se quieren alcanzar y los procesos por los cuales se debe pasar para cumplir con los fines del proyecto.

Para su realización se utilizaron tomas de plano general, para mostrar las instalaciones de la USAC, que incluyen las de la ECC, los cuales son el edificio M2 y el edificio de Bienestar Estudiantil. Esta sección se grabó con luz natural, cuidando que dentro del plano entraran los estudiantes, para poder crear la interacción con las animaciones.

Para compartir la información acerca de los procesos en los que los estudiantes deben participar, se contó con la colaboración de una conductora que explica de manera dinámica y agradable los pasos y requisitos que se deben de tomar en cuenta para este proyecto, y junto con ella las animaciones enfatizan la información para darle importancia, dinamismo, contraste, movimiento, siendo así llamativa para el grupo objetivo. Para esta sección se utilizó un set de luces artificiales y difusores, así como también un equipo de grabación de audio profesional.

Todas las animaciones cuentan con gráficos, tales como figuras geométricas, números, letras, y también signos, que representan y enfatizan de manera simple y llamativa la información. Todos estos elementos poseen un código cromático relacionado con el logotipo de la Reforma Curricular, para así darle una temática y hacer que este material forme parte de la misma línea gráfica de la campaña publicitaria impresa.



DISEÑO

El diseño del audiovisual informativo se basa en los siguientes códigos de diseño:

ELEMENTOS GRÁFICOS

En el video se encuentran presentes diferentes elementos gráficos que interactúan con los vídeos y enfatizan la información. Estos elementos gráficos pretenden crear una asociación con la información que se presenta, con la Reforma Curricular y con la ECC.



FIGURAS GEOMÉTRICAS

Es la representación de un dodecaedro, una figura que nos da la ilusión de estar en 3 dimensiones, se encuentra en movimiento como punto de conexión para interactuar con los elementos que se encuentran en las tomas de vídeo.



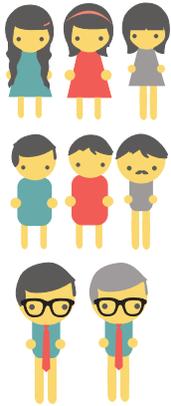
ESTADÍSTICAS

Las estadísticas en forma de pie, presentadas en distintos puntos del video se presentan interactuando con las tomas de vídeo, junto con datos representados en letras y números, manteniéndose en movimiento a lo largo de su duración.



■ LÍNEAS

Las líneas son otro elemento que interactúa con las tomas de vídeo enlazando todos los personajes que aparecen en las tomas.



■ PERSONAJES

Los personajes en caricatura representan a los estudiantes y otros que forman parte de la comunidad estudiantil de la ECC. Tienen como propósito fortalecer el sentimiento de identificación con el grupo objetivo de forma agradable y juvenil, así como también con la campaña de la Reforma Curricular, por lo que su paleta de colores es la de el logotipo de RC.

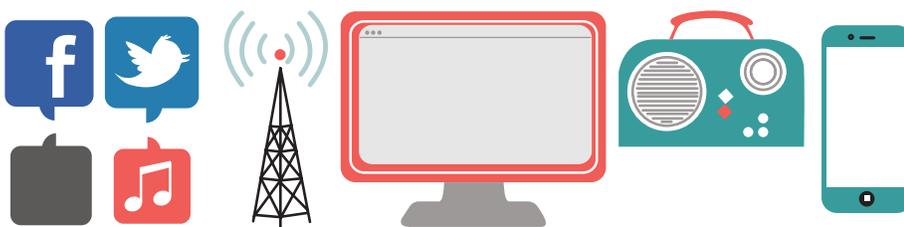
■ SIGNOS

Hay distintos tipos de signos y algunos íconos que nos ayudan a representar y enfatizar las ideas que se presentan durante la fase de conducción, en la que se habla de la situación actual de la ECC y también de los procesos que necesita la Reforma Curricular para realizarse.

A continuación se explica el significado que plantean y refuerzan los signos e íconos presentados en este audiovisual:

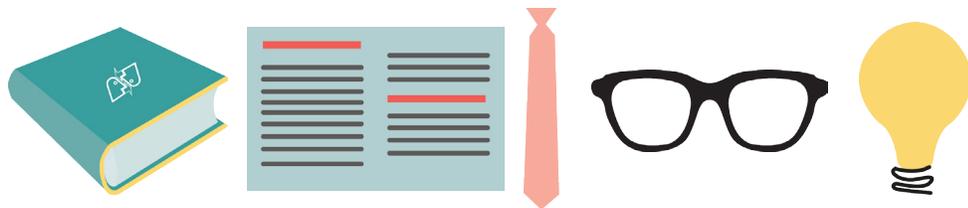
■ COMUNICACIÓN

Algunos elementos, como la televisión, radio, y teléfono móvil, funcionan como una representación gráfica de los medios de comunicación. Por otro lado, la antena de señal representa la difusión de la comunicación así como también los logotipos de las redes sociales nos presentan los nuevos medios de comunicación que han surgido a través del internet. Y por último, las viñetas de cómic representan gráficamente a la comunicación, a un mensaje, a un comunicado, ya que es un elemento reconocido como representación de un mensaje de forma gráfica.



■ EDUCACIÓN / CONOCIMIENTO

Un libro con el logotipo de la ECC en la portada se refiere al pensum de estudios, es de los colores que identifican a esta casa de estudios y representa un documento muy importante. Por otro lado simplificación gráfica de las hojas que en la animación hacen un movimiento de pasar de hoja, representando el estudio, la lectura, la corbata. También un par de lentes, elementos que utilizan algunas personas cuando leen o cuando estudian o elementos que representan la vestimenta de un trabajador. Y por último una bombilla, la representación de una idea, de un conocimiento.



■ OTROS SIGNOS

Entre los elementos que representan distintas cosas, están las manos, una que indica el bien, apuntando con el pulgar hacia arriba como signo de aprobación estratégicamente de color turquesa representando el bien, por otro lado tenemos la que representa algo malo, apuntando hacia abajo como signo de negación y de color rojo representando el mal. Por otro lado tenemos la simplificación de una fábrica, la cual es la representación del trabajo, del mundo laboral, ya que se coloca encima de un mundo.

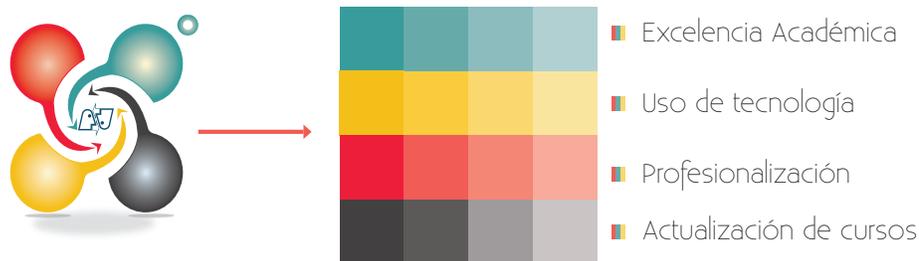
También contamos con la unión de 4 manos, cada una significa que todos deben participar en el proceso de Reforma Curricular y de manera voluntaria, cada una con los colores representativos del logotipo. Por otro lado vemos un recipiente con el mismo logotipo, el cual funciona como representación gráfica de la Reforma en la cual entran todos los participantes, dando a entender que todos forman parte del proceso. Y por último está la simplificación gráfica de un rayo representando energía.



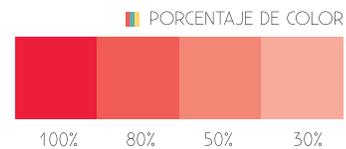


CROMÁTICO

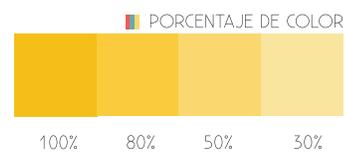
Todos los elementos que forman parte de las animaciones poseen el código cromático del logotipo de la Reforma Curricular, además de la paleta de colores de cada tono que forma parte del logo. Cada uno representa los 4 ejes en los cuales se basa la Reforma Curricular, significados que fueron determinados por la coordinación académica: Excelencia académica, uso de tecnología, profesionalización y actualización de cursos. Es posible observar los datos técnicos de cada color, así como también los porcentajes de color utilizados en la paleta cromática del audiovisual.

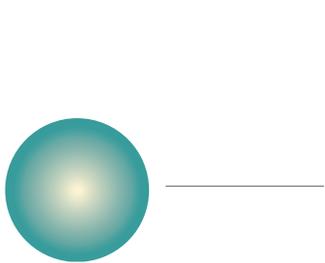


		
PANTONE	PANTONE 711 C	PANTONE 7513 C
CMYK	0/8,83/80,47/0	0/18/28/3
RGB	231/25/7	244/206/175
HEXADECIMAL	#E71939	#F4CEAF

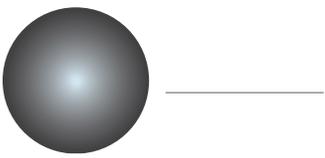
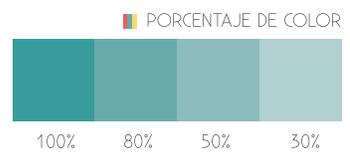


		
PANTONE	PANTONE 130 C	PANTONE 7401 C
CMYK	0/30/100/0	0/4/18/0
RGB	253/185/19	255/242/212
HEXADECIMAL	#FDB913	#FFF2D4

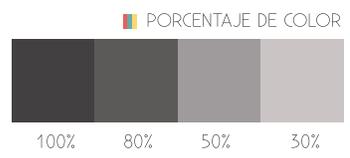




		
PANTONE	PANTONE 5483 C	PANTONE 7401 C
CMYK	62/0/21/31	0/4/18/0
RGB	56/147/155	255/242/212
HEXADECIMAL	#38939B	#FFF2D4



		
PANTONE	PANTONE 440 C	PANTONE 2707C
CMYK	82/76/100/30	17/6/0/0
RGB	63/62/41	207/224/243
HEXADECIMAL	#3F3E29	#CFE0F3



■ TIPOGRÁFICO

Se utilizó la fuente tipográfica Bebas Neue, la cual tiene un alto nivel de legibilidad en el audiovisual, y por otro lado transmite juventud, firmeza y simpleza al ser una tipografía sans serif, utilizada en la caja alta.

ABCD ABCD ABCD ABCD
1234 1234 1234 1234
[] \$ % [] \$ % [] \$ % [] \$ %
BEBAS NEUE

■ LINGÜÍSTICO

Los textos que se narraran en el video están orientados a transmitir un mensaje claro sobre la situación actual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hacia dónde se quiere llegar y qué procesos y cualidades tiene el proyecto de la Reforma Curricular para llevarse a cabo y que tiene como requisito fundamental la participación de los estudiantes.



"La comunicación como una nueva disciplina para enseñar surge en Guatemala en el año de 1978, cuando la Escuela Centroamericana de Periodismo se transforma en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En ese año fue una novedad para Centroamérica y América Latina que la Universidad de San Carlos de Guatemala se pusiera en la vanguardia, ya que apenas estaban surgiendo en Universidades Europeas y Estadounidenses Escuelas y Facultades de Ciencias de Comunicación que sustituirían a las viejas Escuelas de Periodismo y de Ciencias de la Información.

Sin embargo 33 años después se puede decir que ocurre lo contrario: nuestra escuela se encuentra desactualizada a la época en la que vivimos, por varias razones, como:

Primero, por el avance de la tecnología han surgido nuevos y potentes canales de comunicación que debemos explotar, por otro lado, el concepto de lo que es y se trata las Ciencias de la Comunicación se está reconstruyendo.

También porque las sociedades modernas están construyendo una ciencia llamada comunicología, el estudio y reflexión de la comunicación y por ello debemos ser profesionales conocedores de la comunicación en todos sus aspectos, y por último porque el mundo laboral profesional necesita una generación nueva de comunicadoras y comunicadores.

¡Y AHÍ ES DONDE ENTRAS TÚ!

Para ello es necesario que tú como estudiante formes parte de los procesos en el 2013, evaluando qué es lo que queremos estudiar, que los docentes nos acompañen y nos ayuden a reestructurar los cursos y a elaborar un catálogo de estudios. También las autoridades harán su aporte reestructurando Control Académico, otras áreas académicas y de servicio de tal forma que en el 2014 nos preparemos para entrar el 2015 en un proceso de Reforma Curricular.

¿ESTÁS LISTO?

Tú formas parte importante de este cambio y tenemos la oportunidad de cambiar nuestra historia. El proceso lo describimos con estas palabras:

-  **VOLUNTARIO Y DEMOCRÁTICO:** Debemos lograr mayor número de participantes para que sea representativo y nuestra opinión se tome en cuenta.
-  **INTEGRAL:** Debemos participar todos los sectores, autoridades, docentes, estudiantes y trabajadores administrativos y de servicios, todos formaremos uno solo con el objetivo de mejorar.
-  **NECESARIO:** Debemos dirigirnos hacia las nuevas formas de hacer comunicación, no solo para acercarnos a los avances tecnológicos sino a la esencia, fundamentos y métodos de hacer comunicación en un nuevo siglo con la reformulación de roles y acciones de los elementos en nuevos proceso de comunicación.

¡PREPÁRATE!

La Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es un Cambio de 360 grados. Universidad de San Carlos de Guatemala."

 SONIDO

Se utiliza como musicalización de fondo la pista: Broke for free, del artista layers. Esta canción se recopiló de una página web llamada: <http://freemusicarchive.org>, la cual es una plataforma que proporciona música gratis de forma legal para poder ser utilizada en audiovisuales.

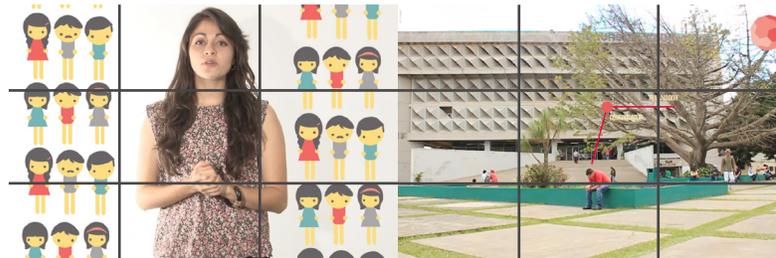


Esta pista acompaña a las locuciones a la sección de conducción con el objetivo de crear un ambiente de tranquilidad y equilibrio para crear una atmósfera pero siempre dándole mayor importancia a lo que la locución y conducción explica.

■ EJES DE DIAGRAMACIÓN

Las tomas se grabaron tomando en cuenta la ley de tercios. En las artes visuales, la regla de los tercios es una forma de composición para ordenar objetos dentro de la imagen. Se suele utilizar los cuatro puntos de intersección para ubicar en ellos el centro de atención de la composición y así crear una imagen estéticamente agradable y equilibrada.

Para las tomas de los estudiantes en las instalaciones de la USAC y ECC, se tomó en cuenta la ley del horizonte, ubicando el horizonte en la línea horizontal superior a $2/3$ para darle prioridad a la tierra y darle un efecto de inmensidad a las instalaciones de la USAC. Por otro lado en las tomas de conducción se ubicó al personaje en el centro para poder colocar las animaciones alrededor, creando así un equilibrio del espacio por medio de jerarquías de los elementos que aparecen dependiendo de lo que la conductora explica, para enfatizar los significados y palabras del guion literario.



■ EQUILIBRIO DEL DISEÑO EN GENERAL

Se usan encuadres en plano americano, plano general y panorámicas, el equilibrio es asimétrico y simétrico, ya que en algunas partes del audiovisual, los elementos que interactúan con los vídeos toman gran parte del encuadre y en otros los elementos se nivelan entre sí formando un equilibrio simétrico.

 ENCUADRES PLANO MEDIO, CONDUCCIÓN

En la sección de conducción se utiliza el plano medio americano. Es la distancia adecuada para mostrar la realidad entre dos sujetos, ya que la conductora se dirige hacia el espectador. En este encuadre se muestra solamente desde la cintura para arriba.

 PLANOS GENERALES Y PANORÁMICAS

En las tomas de vídeo se muestran las instalaciones de la USAC y la ECC. Tienen un valor descriptivo y da más relevancia al contexto que a las figuras que se filman, ya que estos vídeos llevan una secuencia a lo que se habla en la locución. Ayudan a identificar los lugares de los que se está hablando.

 PLANO DETALLE

Es el plano que corresponde con una distancia íntima, ya que sirve para mostrar confianza e intimidad respecto al personaje. Este se utiliza en la última parte del audiovisual, donde se presenta un slide de 15 segundos de fotografías de los estudiantes, piezas utilizadas en la campaña publicitaria impresa.

 MOVIMIENTOS DE CÁMARA PANORÁMICA HORIZONTAL DE RECONOCIMIENTO

Se hace un recorrido lento por la escena para permitir al espectador que se fije en todos los detalles. Crea dramatismo y expectación en el observador.

 PANORÁMICA VERTICAL

Movimiento de arriba abajo o viceversa. Ésta, junto con la panorámica horizontal de reconocimiento, se utiliza en las tomas de vídeo de las instalaciones de la USAC y ECC.



PANEEO

En el paneo la cámara permanece en una misma posición, pero gira sobre su mismo eje, barriendo todo el campo visual.

MOVIMIENTO ÓPTICO

ZOOM

El movimiento del zoom permite hacer que los objetos se acerquen o se alejen sin desplazar la cámara. Centra la atención en un objeto o actividad específica.

ÁNGULO DE CÁMARA

ÁNGULO NATURAL MEDIO PERPENDICULAR

El ángulo de la cámara es paralelo al suelo y se encuentra a la altura de los ojos o , en caso de ser un objeto, a su altura media. Se utilizó para mantener n nivel de equidad entre el espectador y la conductora.

ÁNGULO CONTRAPIZADO

El ángulo de la cámara opuesta al picado, se coloca mirando hacia arriba.





CONCLUSIONES

- Para dar a conocer a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación la propuesta de Reforma Curricular, se diseñó un material audiovisual tanto descriptivo como conceptual. Descriptivo, por el contenido de las locuciones grabadas en tono narrativo, que hacen alusión a la historia de la ECC, así como los cambios que se quieren implementar y los procesos que se aplicarán. Lo conceptual que se evidencia por los signos con alto nivel de abstracción cuya representación connota la información que se va explicando, asimismo, aplicando códigos cromáticos representativos de la campaña que, a nivel comunicativo, tienen como función enfatizar las ideas presentadas. Estos elementos en conjunto logran transmitir de manera efectiva información acerca de los cambios que la coordinación académica tiene planteados para el futuro, hacia la comunidad estudiantil de la ECC.
- El audiovisual funciona como complemento de la Campaña Publicitaria de la Reforma Curricular 2015 por la utilización de la paleta de colores del logotipo representativo, las fotografías de los estudiantes utilizadas en las piezas gráficas que muestran un plano detalle de cada uno de ellos y las tomas de los estudiantes conviviendo dentro de las instalaciones de la ECC y la USAC, realizando actividades cotidianas, así como también se muestran datos relevantes utilizados en la campaña, sumando la aplicación de la paleta de color del logotipo a los elementos gráficos de las animaciones. Todo esto da como resultado un material audiovisual que posee la misma línea gráfica con los demás elementos de la campaña publicitaria de la Reforma Curricular.
- Elementos importantes como la locución en modo narrativo y la conducción del género femenino, agregando el lenguaje corporal de la presentadora, así como también las animaciones que incluyen la utilización de un eje visual central, la aplicación de la paleta cromática del logotipo en las tipografías y signos, que permiten crear contrastes con las tomas de video, todos estos elementos favorecen a que los estudiantes al verlo, se motiven y se genere el incentivo para en los cambios curriculares del año 2015.
- La creación de ilustraciones de figuras geométricas en 3D, signos que representan y enfatizan las ideas centrales en la conducción, las estadísticas animadas que muestran datos relevantes relacionados con cantidades verídicas que los identifican como parte de la institución, personajes caricaturizados con distintas características visuales que los distinguen y familiarizan con la ECC, la utilización de una paleta cromática representativa de la campaña y su interacción directa con las tomas de video, dan como resultado un audiovisual con características gráficas que logran llamar la atención, lo hacen atractivo y llamativo al grupo objetivo, por tener dinamismo y distintas características visuales que la mayoría de los audiovisuales no posee.



LECCIONES APRENDIDAS

- Para que un audiovisual se encuentre en óptimas condiciones, se debe contar con un equipo especializado para su realización, específicamente se debe contar por lo menos con una cámara de video, plataformas de edición de video y efectos especiales, y plataformas para edición de audio.
- Es de vital importancia que el audio y video sean de calidad, ya que si alguno de los dos no se encuentra en óptimas condiciones, el material se verá afectado y no cumplirá con el objetivo principal, por otro lado es poco profesional y distrae al público del mensaje que se quiere transmitir.
- Cuando se elabora una campaña publicitaria que lleve medios impresos, digitales y audiovisuales es muy importante que todos lleven una misma línea gráfica, para que el grupo objetivo o espectador lo identifique como tal dentro de un mismo tema.
- En un audiovisual es muy importante utilizar tipografías con alta legibilidad, ya que al no ser así podemos distorsionar el mensaje, o no dar a entender un tema, se recomiendan las tipografías palo seco para este tipo de material gráfico.





LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

El resultado final será un video de aproximadamente de 4 minutos de duración, en tamaño 1080x720px.

Se entregarán a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, con empaque personalizado. Estos DVD serán entregados al coordinador de coordinación académica, quien se encargará de distribuir este material para ser reproducido dentro de las instalaciones de la ECC.

USO DEL MATERIAL

El video institucional podrá ser utilizado principalmente en la ECC, también se transmitirá por medio de las redes sociales tales como youtube, facebook y twitter. Este material tienen vigencia hasta el año 2015, que es el año de inauguración de este proceso de Reforma Curricular.

COSTOS

Descripción	Horas	Precio	Total
PRODUCCIÓN			
Uso de equipo especializado para grabación de vídeo, cámara de video HD sony profesional.	12 horas de grabación	Q.200 x 1 hora	Q 2,400
Uso de estudio de grabación de audio y masterización	6 horas de grabación 2 horas de masterización	Q300 x 1 hora	Q 2,400
Grabación de locuciones 4 minutos 2 intenciones distintas.	1 hora de grabación	Q300 x 1 hora	Q300
Grabación de conductora, 4 opciones por toma de vídeo, 2 minutos.	6 horas de grabación	Q 400 x hora	Q1,600
Elaboración de guion literario, storyboard, guion técnico	10 horas de elaboración	Q200 x 1 hora	Q2,000

Descripción	Unidad/ Horas	Precio	Total
DISEÑO			
Conceptualización	12 horas	Q200	Q2,400
Tratamiento de tipografía, signos, figuras geométricas, aplicación de color	12 horas	Q150	Q1,800
Motion Graphics	12 horas	Q350	Q4,200
Creación de personajes	4 horas	Q100	Q 400
Edición	12 horas	Q350	Q4,200
Elaboración de paquete de entrega	4 horas	Q100	Q400

TOTAL DE REALIZACIÓN:
Q20,300.00

- El precio incluye el derecho a la reproducción de este material audiovisual, así como archivos finales y editables.
- 3 cambios solicitados por el cliente, después de los 3 cambios, se solicitan Q400 por cambio solicitado.

 GLOSARIO

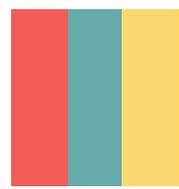
-  PRIMIGENIA: adj. Primitivo, originario.
-  SEMIÓTICO: f. Teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.
-  ANACRÓNICO: adj. Que está en desacuerdo con la época presente o que no corresponde a la época en que se sitúa.
-  DODECAEDRO: m. geom. Poliedro de doce caras.



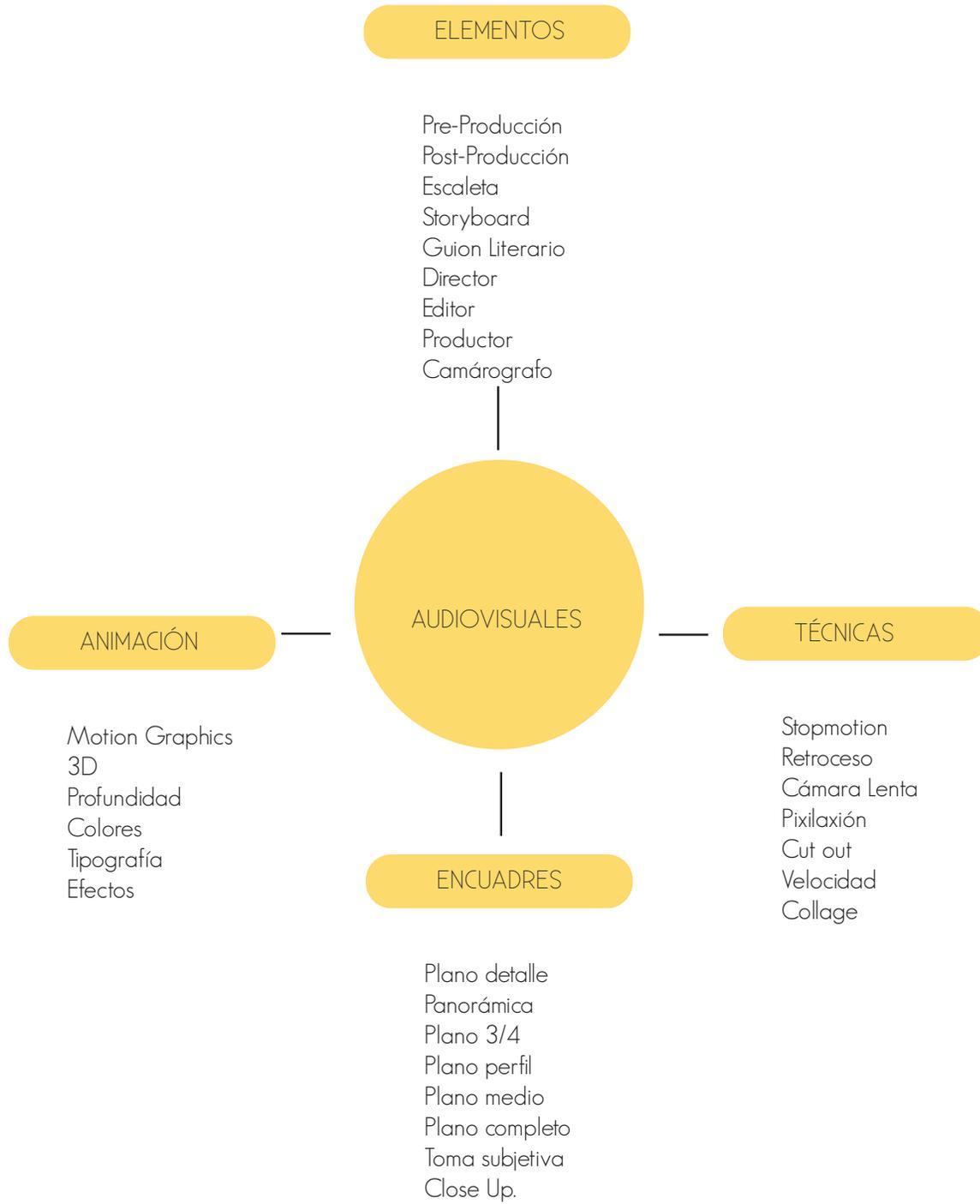
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-  Entrevista sobre la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC (1era.), Guatemala
-  Talento, G. (2012). Ciencias de la Comunicación, Recuperado el día 10 de Julio del 2012 de: <http://www.comunicacionusac.org/>.
-  Bautista, C. (2012) Brief de Reforma Curricular (1era.), Guatemala.
-  Jorgehue, (2012). Marita Mata, Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva, Recuperado el día 15 de Septiembre del 2012 de: <http://comeduc.blogspot.com/>.
-  Olivo, M. (2005). Importancia de la Comunicación en la Educación, Recuperado el día 15 de septiembre del 2012 de: <http://manuelalvaolivos.obolog.com>.
-  Kellogg, M. (1999). Diccionario Online, Primigenia, semiótico, anacrónico, dodecaedro, recuperado el día 20 de septiembre del 2012 de: <http://www.wordreference.com>.





ANEXOS



Psicología
Televisión
Radio
Sociales
Lingüística
Semiología
Periodismo
Locución
Publicidad

Temas



Educación

Pensum
Reglas
Estudiantes
Docentes
Horarios
Reformas
Requisitos

Elementos

Emisor
Receptor
Situación
Canal
Lenguaje
Signos
Código



ENCUESTA A GRUPO OBJETIVO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
USAC



INSTRUCCIONES: MARQUE LA RESPUESTA QUE SE ADECUA A SU SITUACIÓN

GRUPO OBJETIVO

JORNADA

PAD NOCTURNA VESPERTINA

EDAD

18 - 20 21-25 26-30 OTRO _____

SEXO



ESTADO CIVIL

Casado Soltero Unido OTRO _____

¿LUGAR EN DONDE HABITA?

Ciudad Municipio dentro de ciudad Departamento INDIQUE CUAL _____

¿CUÁNTOS INTEGRANTES EN SU FAMILIA?

2 - 4 5 - 10 10 - 15

¿CUÁL ES SU NIVEL SOCIOECONÓMICO?

Bajo Medio Medio Alto Alto INDIQUE CANTIDAD APROXIMADA _____

¿CUAL DE ESTAS ACTIVIDADES REALIZA?

Estudiar Trabajar Ambas

PSICOGRÁFICO

¿TIENE USTED COMPUTADORA?

SI NO OTRO _____





INSTRUCCIONES: MARQUE LA RESPUESTA QUE SE ADECUA A SU SITUACIÓN

GRUPO OBJETIVO

JORNADA

DÍA NOCTURNA VESPERTINA

EDAD

18 - 20 21-25 26-30 OTRO _____

SEXO



ESTADO CIVIL

Casado Soltero Unido OTRO _____

¿LUGAR EN DONDE HABITA?

Ciudad Municipio dentro de ciudad Departamento INDIQUE CUAL _____

¿CUÁNTOS INTEGRANTES EN SU FAMILIA?

2 - 4 5 - 10 10 - 15

¿CUÁL ES SU NIVEL SOCIOECONÓMICO?

Bajo Medio Medio Alto Alto INDIQUE CANTIDAD APROXIMADA _____

¿CUAL DE ESTAS ACTIVIDADES REALIZA?

Estudiar Trabajar Ambas

PSICOGRÁFICO

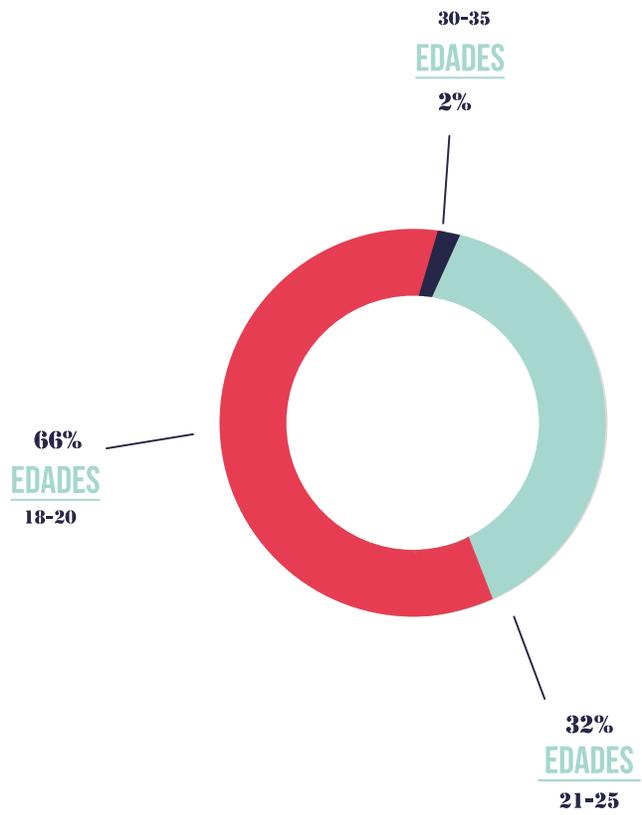
¿TIENE USTED COMPUTADORA?

SI NO OTRO _____

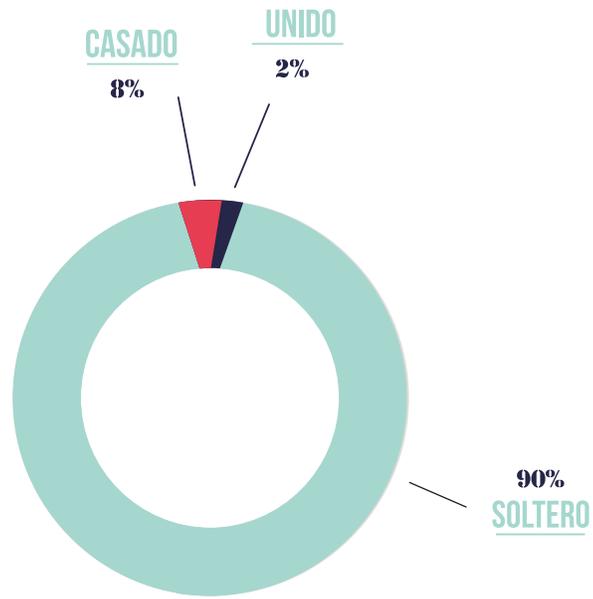


RESULTADOS DE ENCUESTA

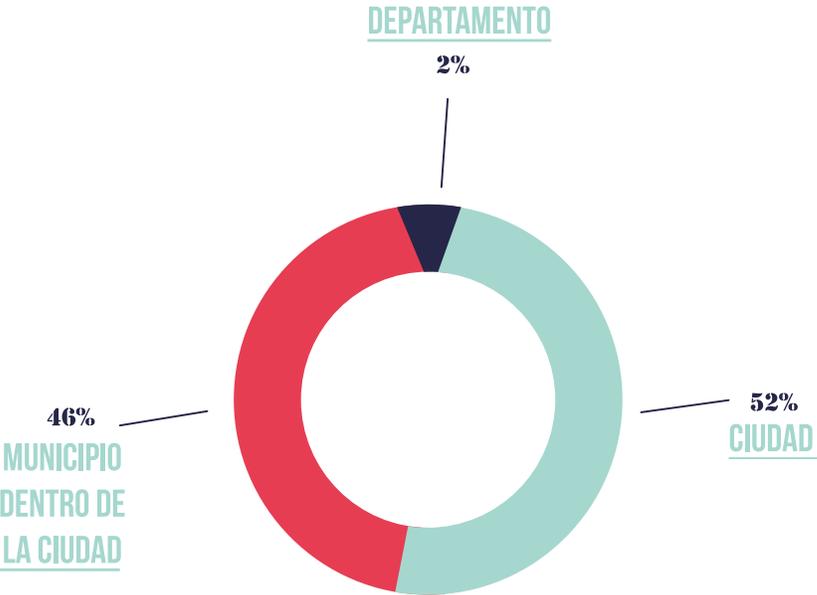
EDAD



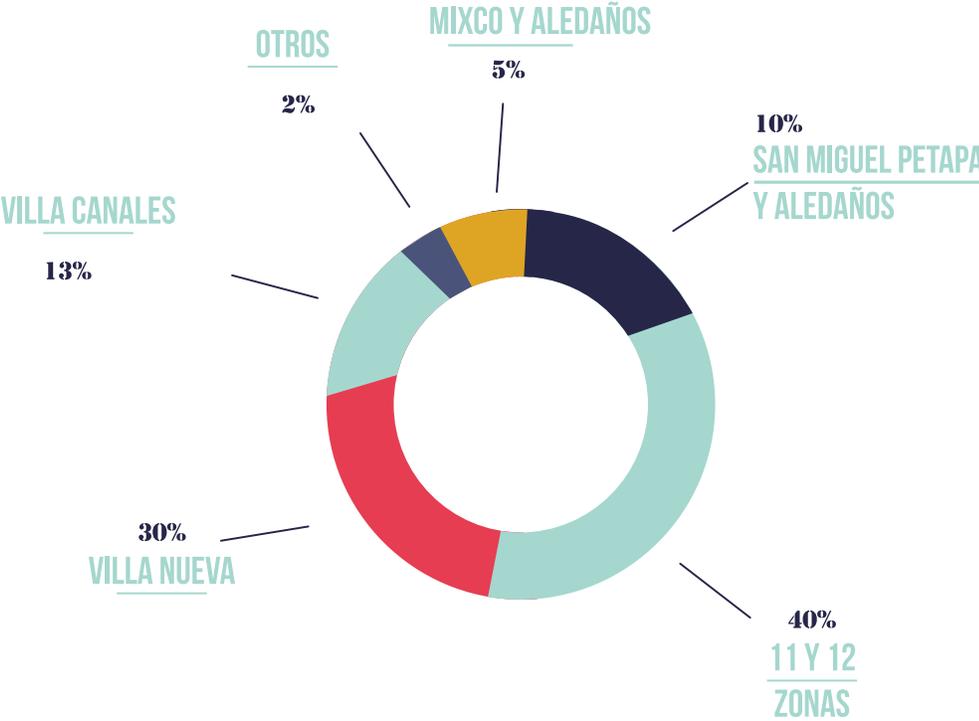
ESTADO CIVIL



LUGAR DONDE HABITA

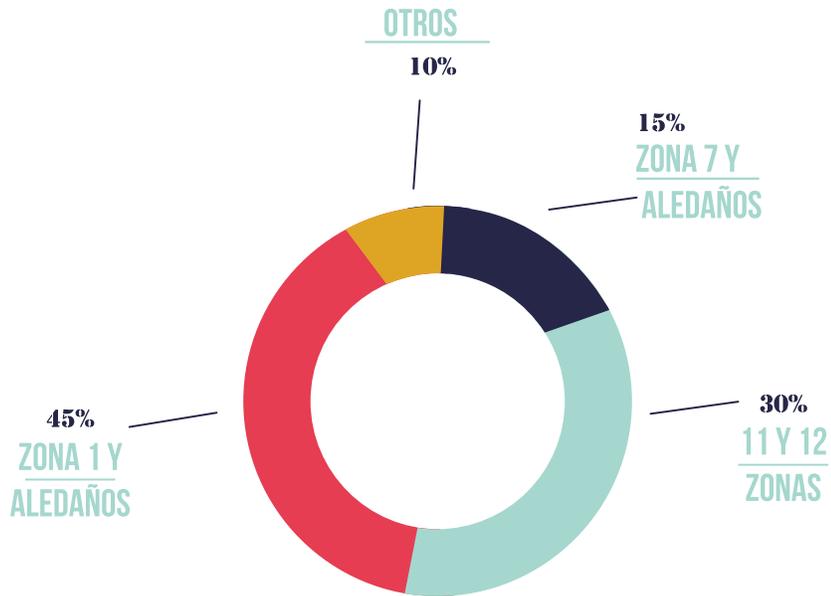


MUNICIPIOS

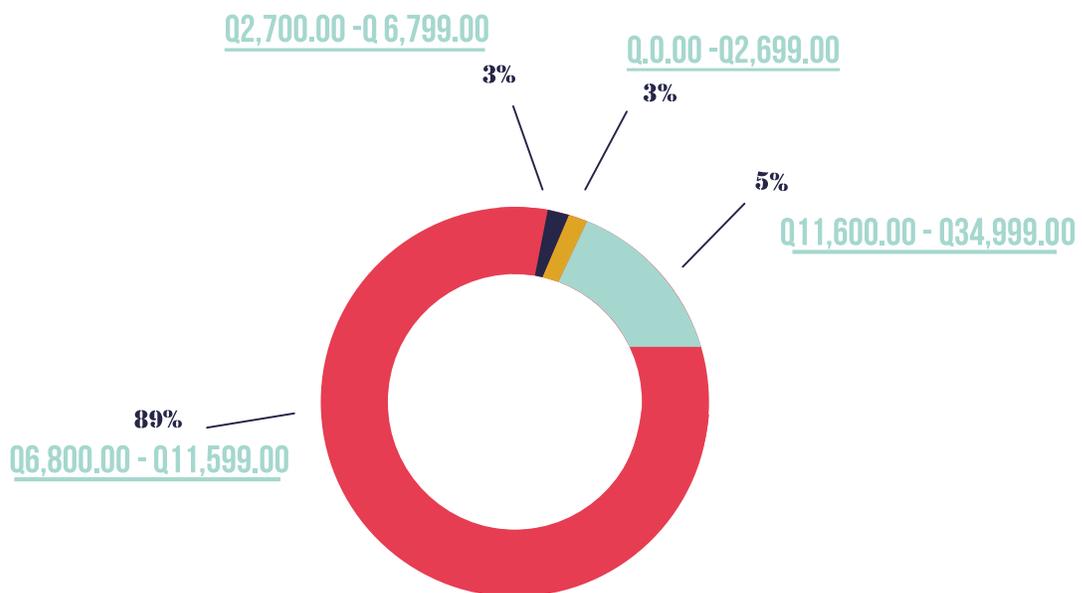




ZONAS

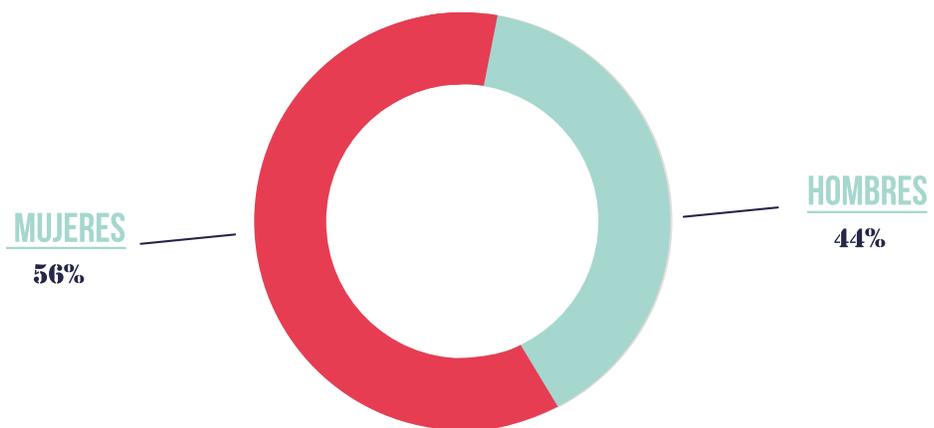


NIVEL SOCIOECONÓMICO

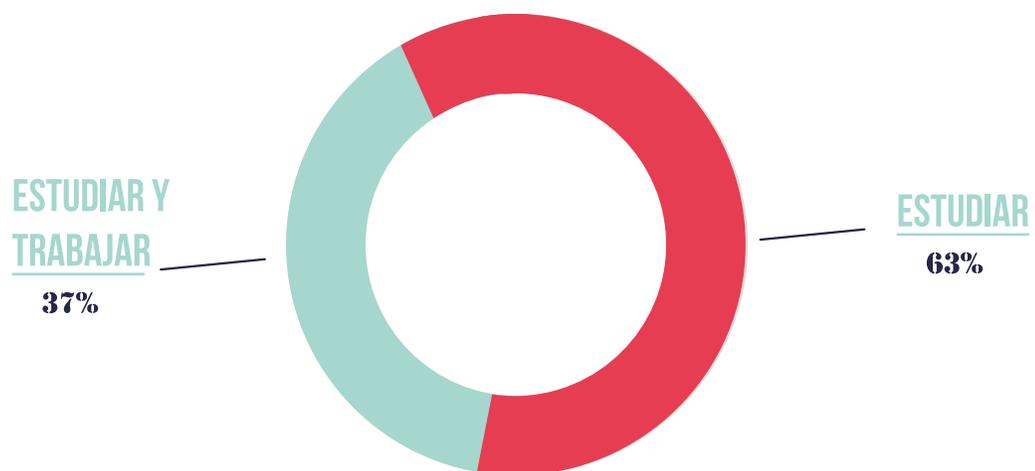




SEXO



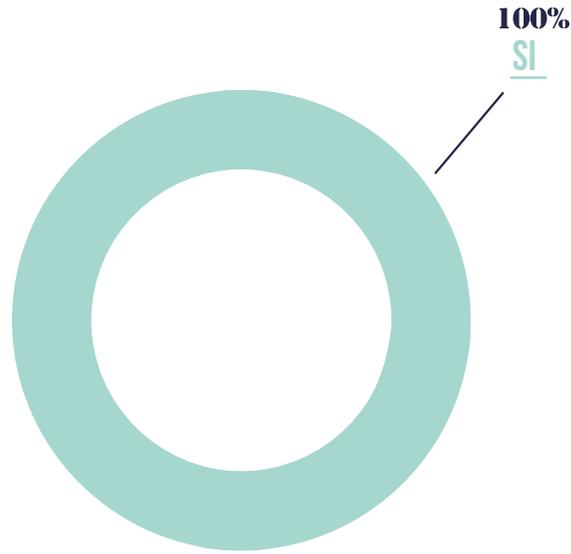
ESTUDIA O TRABAJA



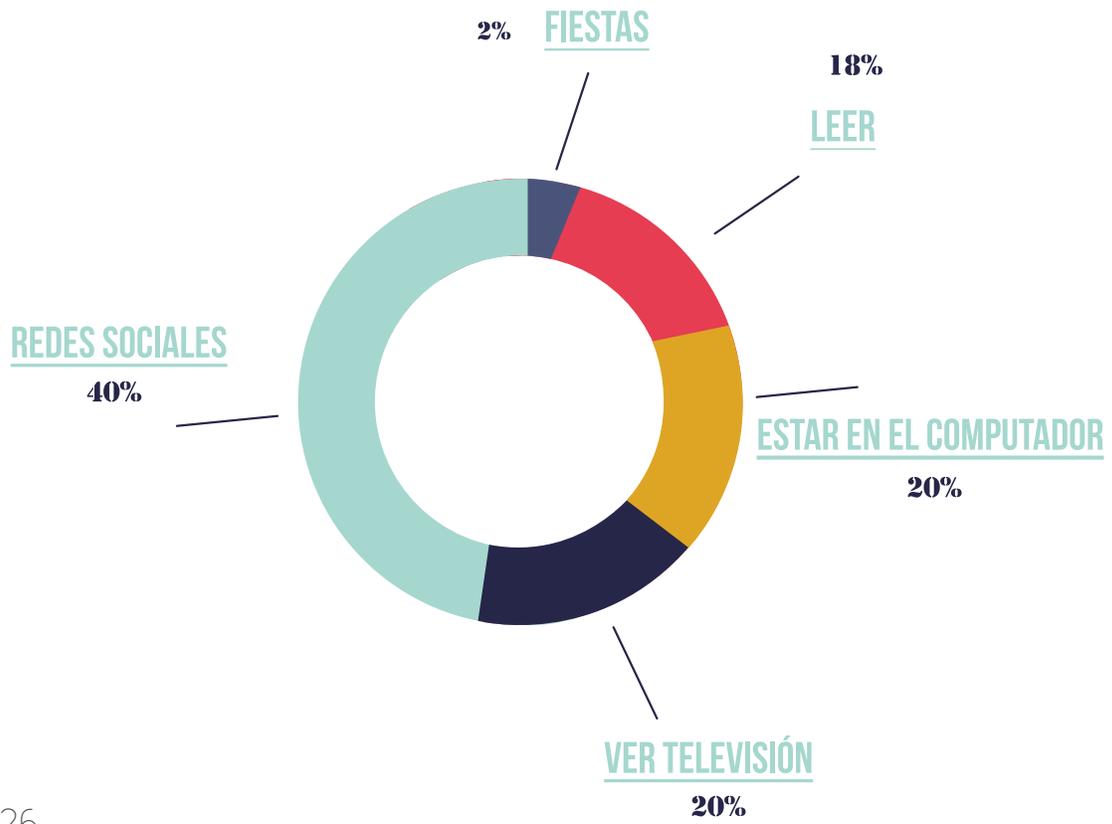


 CONDUCTUAL

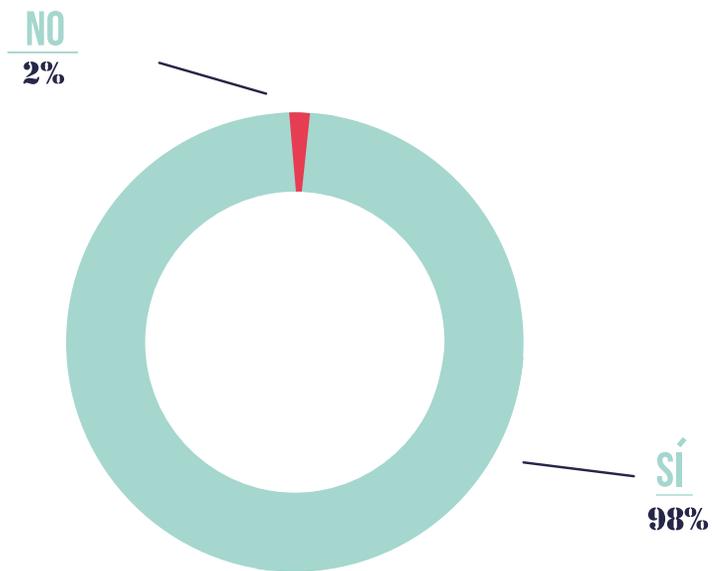
 ¿TIENE COMPUTADORA?



 HÁBITOS



■ TECNOLOGÍA Y MEDIOS AUDIOVISUALES





ENCUESTA A DISEÑADORES

VICTORIA SANTIZOI 200810851 | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO | ENFASIS MULTIMEDIA
VALIDACIÓN PROYECTO DE GRADUACIÓN

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Solicito su valiosa opinión acerca de los aspectos de función, expresión y todo los conceptos que contiene el aspecto multimedia, (Audiovisual Informativo acerca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC y su Reforma Curricular), respondiendo las siguientes preguntas. De antemano, Gracias.

1. Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para:

- generar identidad con la Escuela de Ciencias de la Comunicación
- llamar la atención
- ayudar a la comprensión del contenido

¿Por qué? _____

2. Considera que el video sirve para:

- Apoyo a la Reforma Curricular y Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Incentivar a la participación
- Informar acerca de la situación actual de la Escuela de Ciencias de la comunicación

3. La información que tiene el material es:

- adecuada y suficiente
- pobre e insuficiente
- susceptible de mejorarse

¿por qué? _____

4. ¿Qué función prioritaria cree que cumplen los colores en el material?

- Captar la atención del observador
- Incentivar al observador
- Relacionar e informar con el tema
- otra. Indicar _____

5. ¿Qué función prioritaria considera que tiene la tipografía en el material?

- identificar con los estudiantes
- enfatizar el tema
- destacar contenidos
- facilitar la lectura
- captar la atención



6. La combinación de tipos de letras crees que es:

- acorde al grupo objetivo
- llamativa
- clara y legible
- agradable a la vista
- Podría utilizarse otro tipo de letra, Indica _____

7. Según su percepción, ¿qué función tienen las imágenes utilizadas en el material?

- generar estímulo o emoción
- expresar un lenguaje visual
- reforzar la idea central

8. Según su percepción, ¿qué características comunicativas tienen las imágenes, iconos, colores utilizados en el material?

- descriptivas
- asociativas que permiten vincular experiencias
- muy abstractas

9. En el video cree que la música expresa:

- movimiento y dinamismo
- tranquilidad
- estímulo

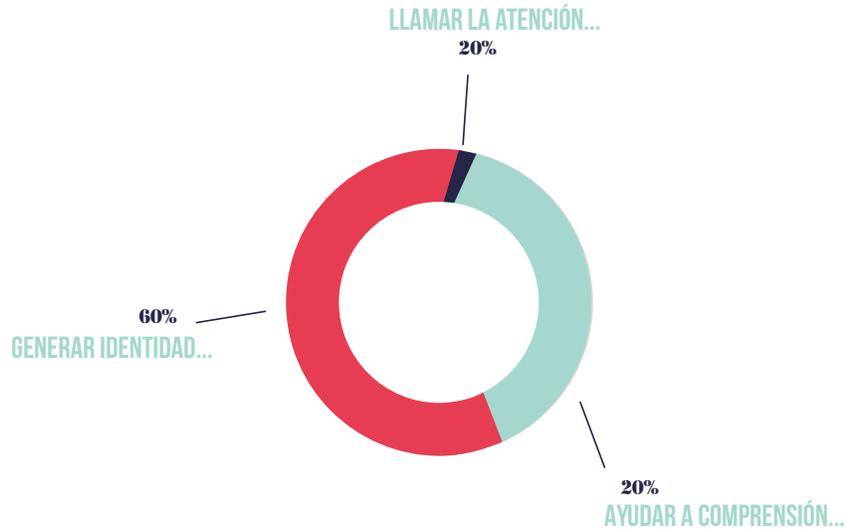
10. La secuencia de las tomas en el video:

- distrae en algunos puntos
- es desordenada
- expresa relación lógica de mensajes

11. Por favor aporta sugerencias para mejorar el contenido, estructura y diseño del video

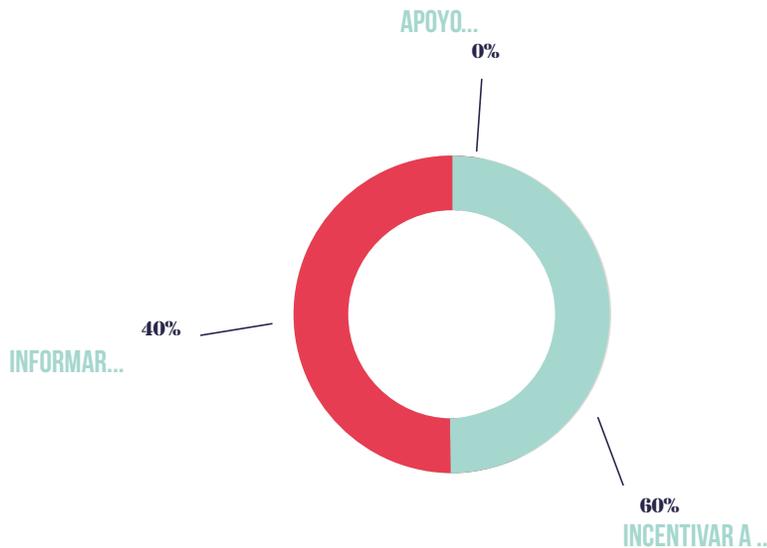


1. Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para:



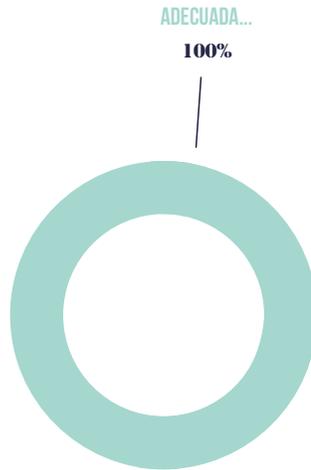
-Generar identidad con la Escuela de Ciencias de la Comunicación	1	20%
-Llamar la atención	1	20%
-Ayudar a la comprensión del contenido	3	60%

2. Considera que el video sirve para:



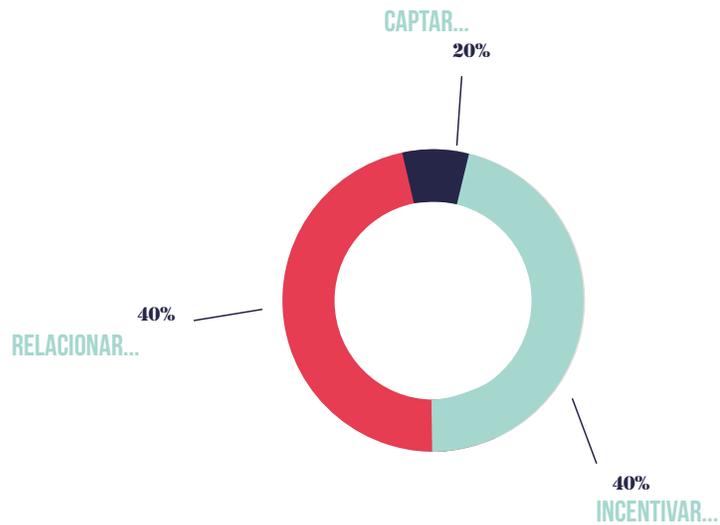
-Apoyo a la Reforma Curricular y la Escuela de Ciencias de la Comunicación	0	0%
- Incentivar a la participación	3	60%
-Informar acerca de la situación actual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	2	40%

3. La información que tiene el material es:



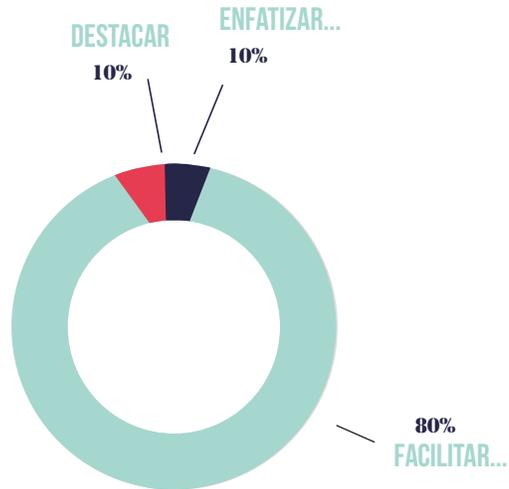
-Adecuada y suficiente	5	100%
-Pobre e insuficiente	0	0%
-Susceptible de mejorarse	0	0%

4. ¿Qué función prioritaria cree que cumplen los colores del material?



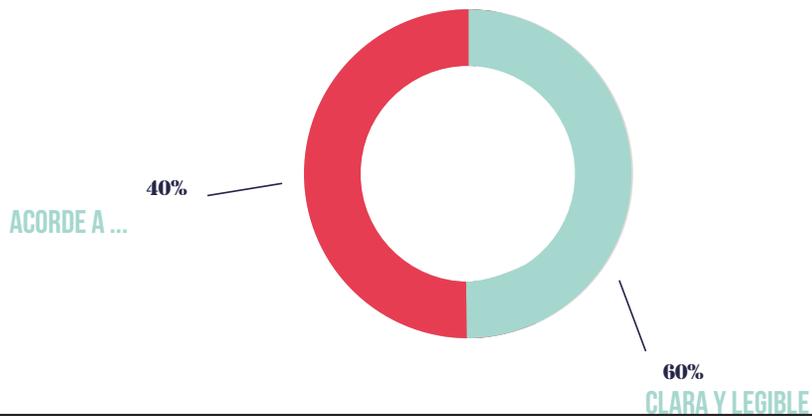
-Captar la atención del observador	1	20%
-Incentivar al observador	2	40%
-Relacionar e informar con el tema	2	40%

5. ¿Qué función prioritaria considera que tiene la tipografía en el material?



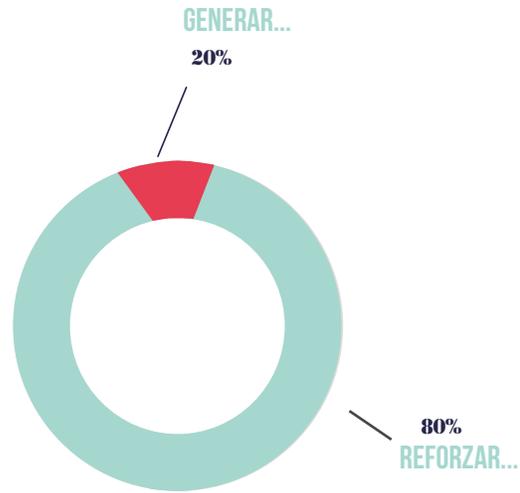
-Identificar con los estudiantes	0	0%
-Enfatizar el tema	1	10%
-Destacar contenidos	1	10%
-Facilitar la lectura	3	80%
-Captar la atención	0	0%

6. La combinación de tipos de letras crees que es:



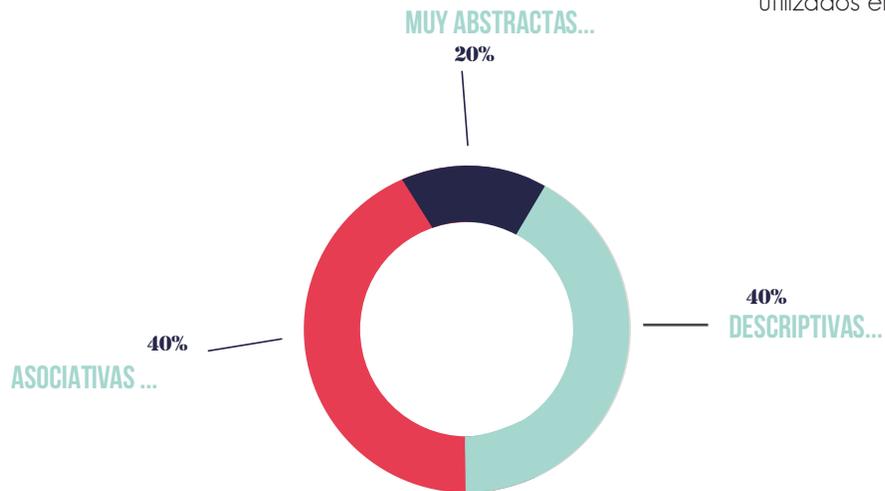
-Acorde a grupo objetivo	2	40%
-Llamativa	0	0%
-Clara y legible	3	60%
-Agradable a la vista	0	0%
-Podría utilizarse otro tipo de letra	0	0%

7. Según su percepción, ¿qué función tienen las imágenes utilizadas en el material?



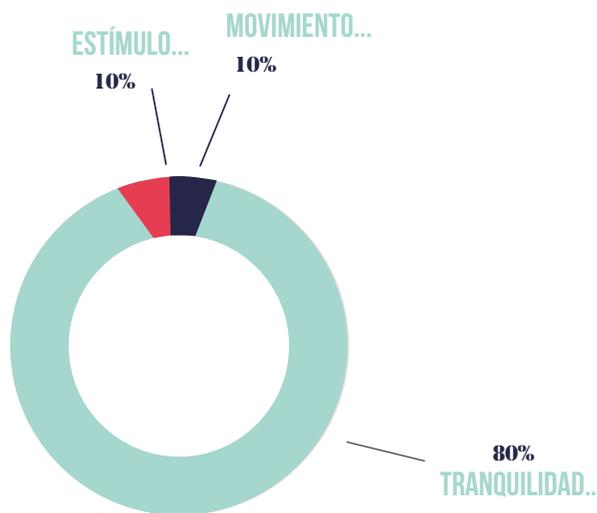
-Generar estímulo o emoción	1	20%
-Expresar un lenguaje visual	0	0%
-Reforzar idea central	4	80%

8. Según su percepción, ¿qué características comunicativas tienen las imágenes, signos, colores utilizados en el material?



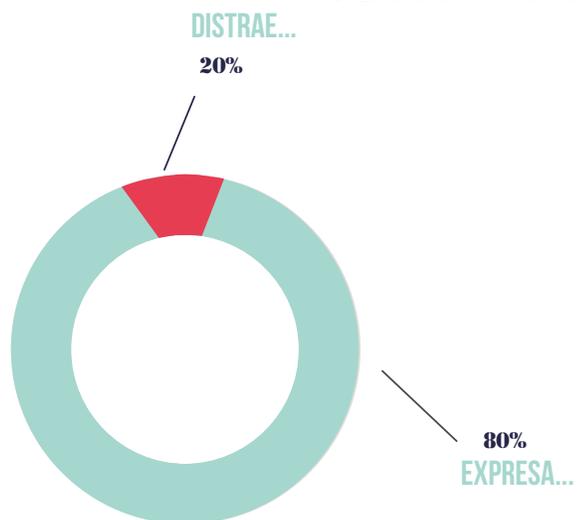
-Descriptivas	2	40%
-Asociativas que permiten vincular experiencias	2	40%
-Muy abstractas	1	20%

9. En el video cree que la música expresa



-Movimiento y dinamismo	1	10%
-Tranquilidad	3	80%
-Estímulo	1	10%

10. La secuencia de las tomas en el video



-Distrae en algunos puntos	1	20%
-Es desordenada	0	0%
-Expresa relación lógica de mensajes	4	80%

VICTORIA SANTIZO | 200810851 | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO | ENFASIS MULTIMEDIA
VALIDACIÓN PROYECTO DE GRADUACIÓN

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Solicito su valiosa opinión acerca de los aspectos de función, expresión y todo los conceptos que contiene el aspecto multimedia y funcional en cuanto a comunicación de (Audiovisual Informativo acerca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC y su Reforma Curricular), respondiendo las siguientes preguntas. De antemano, Gracias.

1. Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para:

- generar identidad con la Escuela de Ciencias de la Comunicación
- llamar la atención
- ayudar a la comprensión del contenido

¿Por qué? _____

2. Considera que el video sirve para:

- Apoyo a la Reforma Curricular y Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Incentivar a la participación
- Informar acerca de la situación actual de la Escuela de Ciencias de la comunicación

3. La información que tiene el material es:

- adecuada y suficiente
- pobre e insuficiente
- susceptible de mejorarse

¿por qué? _____

4. ¿Qué función prioritaria cree que cumplen los colores en el material?

- Captar la atención del observador
- Incentivar al observador
- Relacionar e informar con el tema

otra. Indicar _____

5. ¿Qué función prioritaria considera que tiene la información que se emplea? (Locución)

- Informar a los estudiantes.
- enfatizar el tema
- destacar contenidos
- captar la atención

6. Según su percepción, cree que el audiovisual se dirige al grupo objetivo de forma:

- creativa y diferente
- seria e institucional
- fresca y directa



7. Según su percepción, ¿qué función tienen las imágenes utilizadas en el material?

- generar estímulo o emoción
- expresar un lenguaje visual
- reforzar la idea central

8. Según su percepción, ¿qué características comunicativas tienen las imágenes, iconos, colores utilizados en el material?

- descriptivas
- asociativas que permiten vincular experiencias
- muy abstractas

9. En el video cree que la música expresa:

- movimiento y dinamismo
- tranquilidad
- estímulo

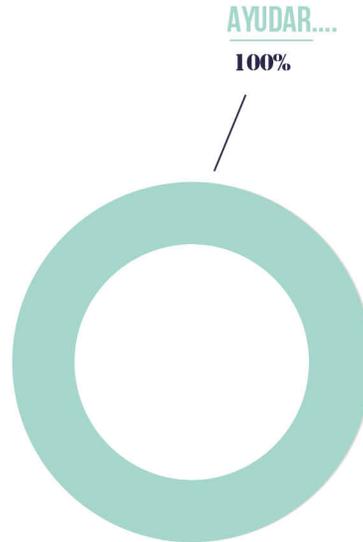
10. La secuencia de las tomas en el video:

- distrae en algunos puntos
- es desordenada
- expresa relación lógica de mensajes

11. Por favor aporta sugerencias para mejorar el contenido, estructura y función del video

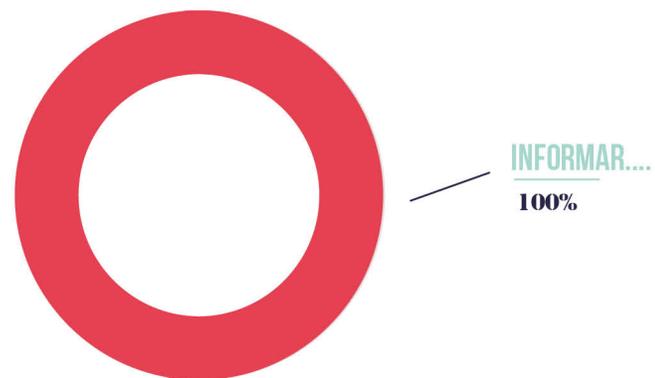
 RESULTADOS

1. Cree que en términos generales la presencia gráfica de las piezas es para:



-Generar identidad con la Escuela de Ciencias de la Comunicación	0	0%
-Llamar la atención	0	0%
-Ayudar a la comprensión del contenido	3	100%

2. Considera que el video sirve para:



-Apoyo a la Reforma Curricular y la Escuela de Ciencias de la Comunicación	0	0%
- Incentivar a la participación	0	0%
-Informar acerca de la situación actual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	3	100%

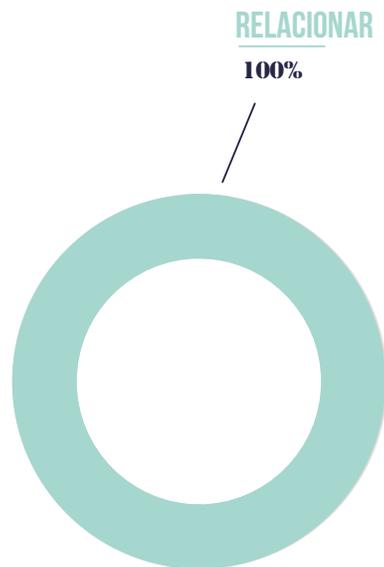


3. La información que tiene el material es:



-Adecuada y suficiente	3	100%
-Pobre e insuficiente	0	0%
-Susceptible de mejorarse	0	0%

4. ¿ Qué función prioritaria cree que cumplen los colores del material?

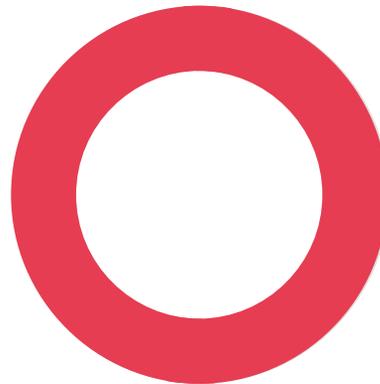


-Captar la atención del observador	0	0%
-Incentivar al observador	0	0%
-Relacionar e informar con el tema	3	100%

5. ¿Qué función prioritaria considera que tiene la información que se emplea?

ENFATIZAR

100%



-Informar a los estudiantes	0	0%
-Incentivar al observador	0	0%
-Relacionar e informar con el tema	3	100%
-Otra	0	0%

6. Según su percepción, cree que el audiovisual se dirige al grupo objetivo de forma:

FRESCA...

100%



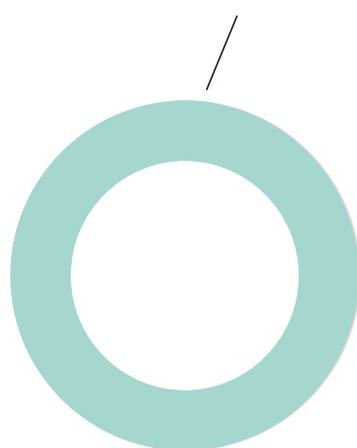
-Creativa y diferente	0	0%
-Seria e institucional	0	0%
-Fresca y directa	3	100%
otra	0	0%
	0	0%



7. Según su percepción, ¿qué función tienen las imágenes utilizadas en el material?

EXPRESAR...

100%

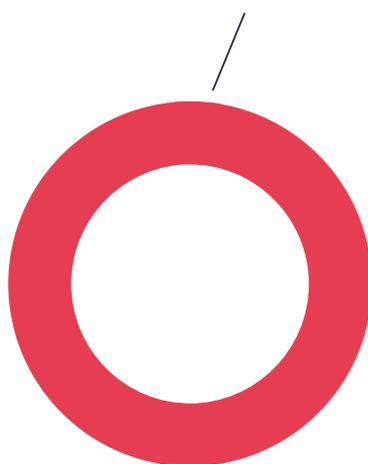


-Generar estímulo o emoción	0	0%
-Expresar un lenguaje visual	3	100%
-Reforzar idea central	0	0%

8. Según su percepción, ¿qué características comunicativas tienen las imágenes, signos, colores utilizados en el material?

ASOCIATIVAS...

100%



-Descriptivas	0	0%
-Asociativas que permiten vincular experiencias	3	100%
-Muy abstractas	0	0%



9. En el video cree que la música expresa

ESTÍMULO

100%

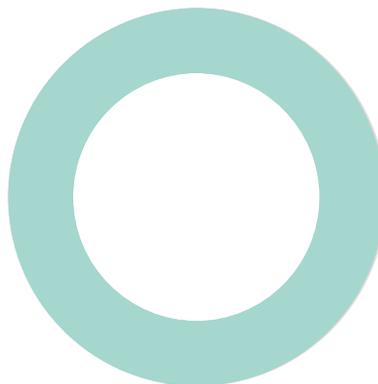


-Movimiento y dinamismo	0	0%
-Tranquilidad	0	0%
-Estímulo	3	100%

10. La secuencia de las tomas en el video

EXPRESA

100%



-Distrae en algunos puntos	0	0%
-Es desordenada	4	0%
-Expresa relación lógica de mensajes	3	100%



ENCUESTA A GRUPO OBJETIVO

VICTORIA SANTIZO | 200810851 | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO | ENFASIS MULTIMEDIA
VALIDACIÓN PROYECTO DE GRADUACIÓN

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Solicito su opinión acerca del material multimedia audiovisual (Audiovisual Informativo acerca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y su Reforma curricular), respondiendo las siguientes preguntas. De antemano Gracias.

MARQUE CON UNA "X" LA OPCION QUE CONSIDERE ADECUADA

1. ¿Encontró algún tipo de asociación de lo que se habla y las imágenes que presenta el audiovisual?

- Mucho
- Regular
- Nada

¿Por qué? _____

2. En términos generales la presencia gráfica del audiovisual es para:

- Mantener y captar su atención
- Crear una reacción
- Darle una imagen nueva a la ECC
- Incentivar ala participación

¿Por qué? _____

3. El diseño del material audiovisual le pareció:

- Funcional
- Practico
- Creativo

4. ¿Cree usted en la utilización de medios multimedia para comunicar a los estudiantes? ¿Le gustaría recibir más material relacionado?

- Mucho
- Regular
- Nada

¿Por qué? _____

5. ¿Este tipo de material lo incentivaría a involucrarse más e informarse acerca de la ECC?

- Mucho
- Regular
- Nada

¿Por qué? _____





6. Las letras utilizadas le dan una sensación de...

- Juventud, fresca
 - Funcionalidad
 - Invitación a ser parte de
- ¿Por qué?

7. ¿Encuentra asociación de los colores utilizados, al tema en cuestión?

- Mucho
 - Regular
 - Nada
- ¿Por qué?

8. La conductora transmite un sentimiento de:

- Invitación
 - Accesibilidad
 - Juventud
- ¿Por qué?

9. ¿Siendo un material tanto audiovisual que le provoca?

- movimiento y dinamismo
- Atención y participación
- aburrimiento
- otra. Indicar

10. Cree que todos los elementos en el audiovisual presentan:

- unidad
- atención
- desorden
- mejor aprendizaje

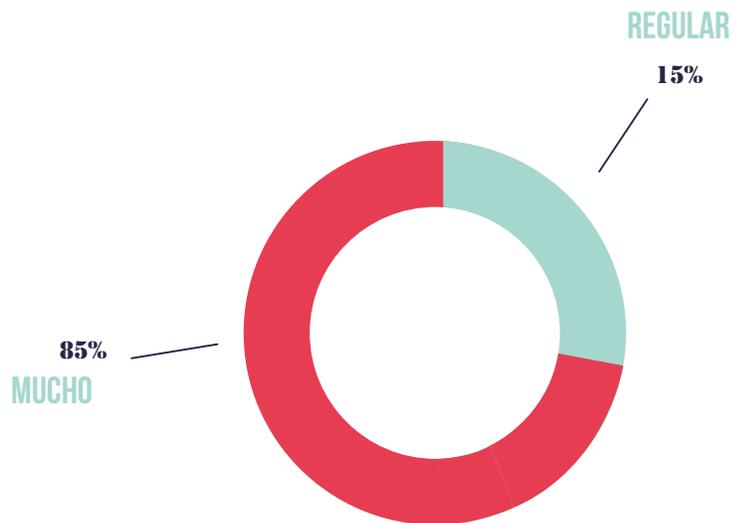
Por favor, su aporte en cuanto a comentarios, sugerencias para poder mejorar el contenido, son muy importantes, no importa cuál sea su sugerencia, en cuanto a funcionalidad, diseño, etc, este documento se desarrolla con el motivo de entender sus necesidades como espectador.

.....
.....

VALIDACIÓN DE GRUPO OBJETIVO

Estos gráficos muestran los resultados de la validación del grupo objetivo, cada uno muestra la pregunta y sus respectivas gráficas y tabulaciones, con el fin de completar la información acerca del análisis.

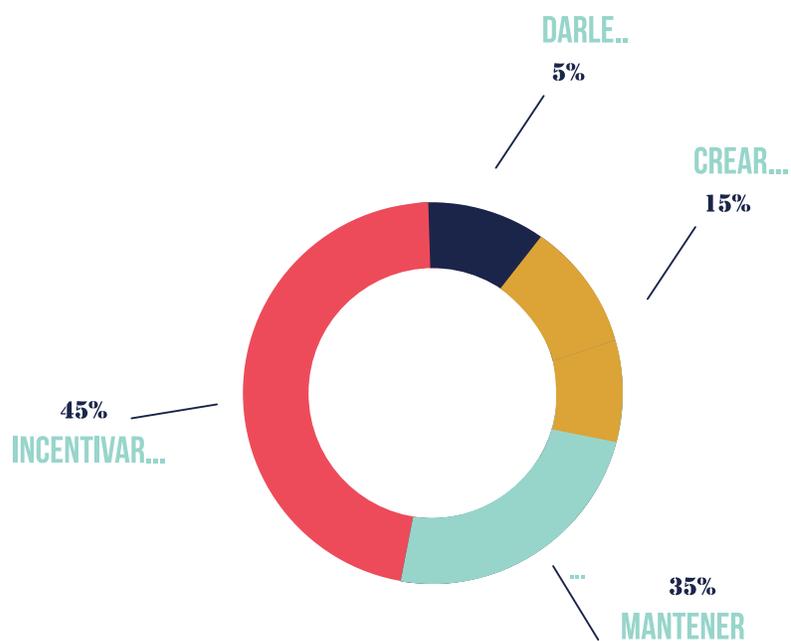
1. ¿Encontró algún tipo de asociación de lo que se habla y las imágenes que presenta el audiovisual?



-Mucho	10	85%
-Regular	5	15%
-Nada	0	0%

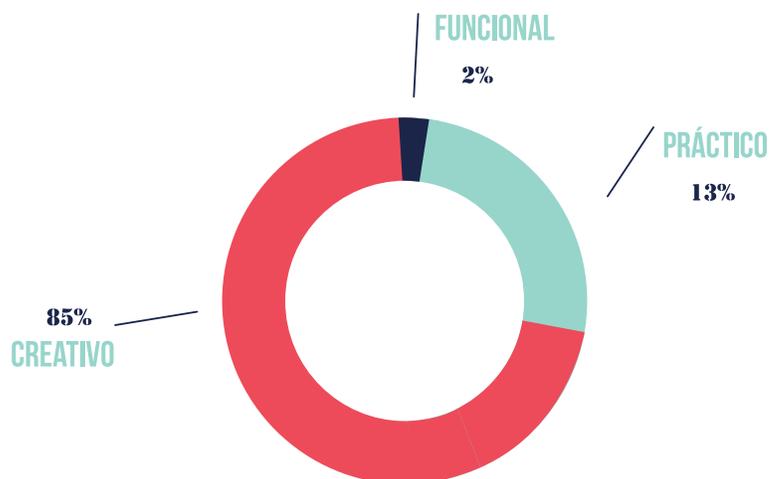


2. En términos generales la presencia gráfica del audiovisual es para:



- Mantener y captar su atención	5	30%
- Crear una reacción	3	15%
- Darle una imagen nueva a la ECC	2	10%
- Incentivar ala participación	6	45%

3. El diseño del material audiovisual le pareció:



-Funcional	1	2%
-Práctico	4	13%
-Creativo	10	85%

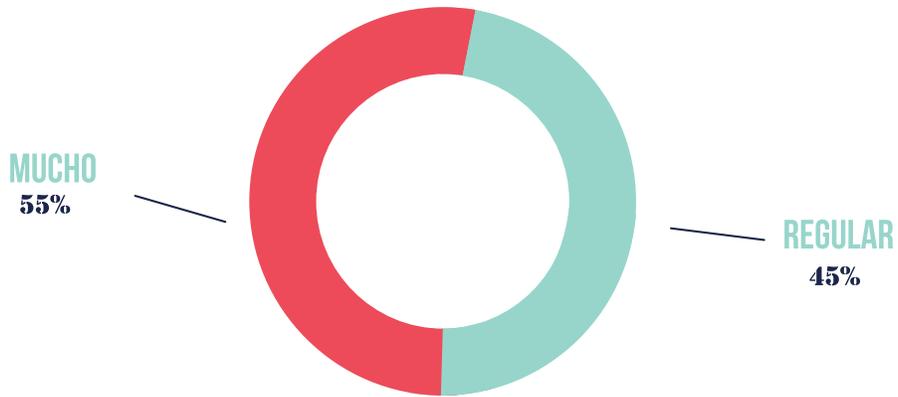


4. ¿Cree usted en la utilización de medios multimedia para comunicar a los estudiantes?
 ¿ Le gustaría recibir más material relacionado?



-Mucho	12	83%
-Regular	3	17%
-Nada	0	0%

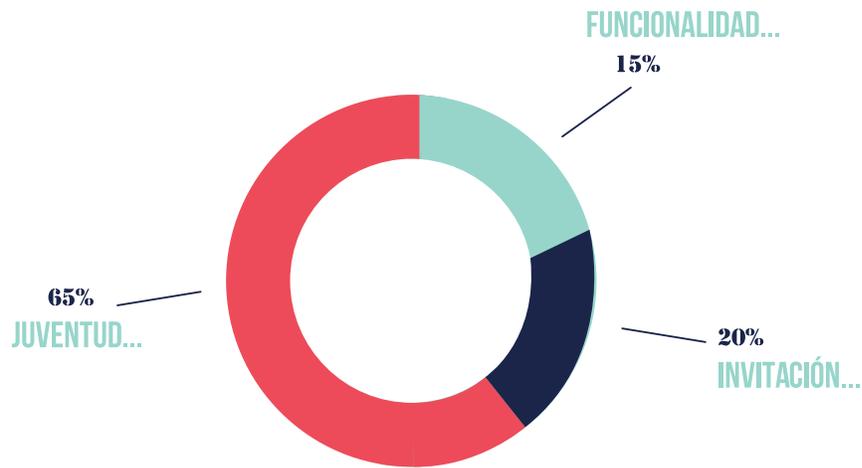
5. ¿Este tipo de material lo incentiva a involucrarse más e informarse acerca de la ECC?



-Mucho	8	55%
-Regular	7	45%
-Nada	0	0%

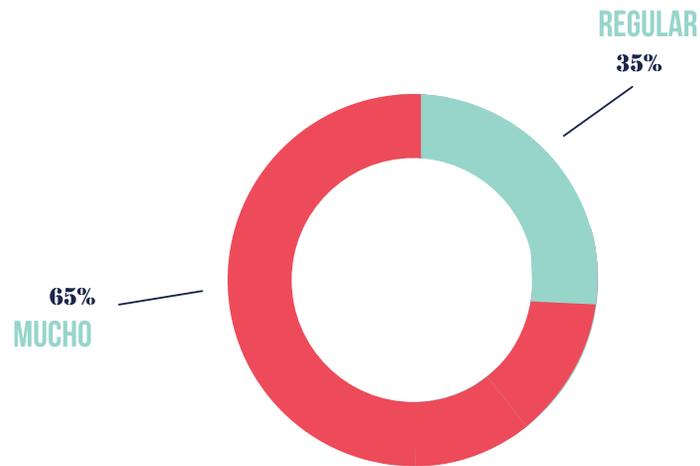


6. Las letras utilizadas le dan una sensación de:



-Juventud, fresca	8	65%
-Funcionalidad	3	15%
-Invitación a participación	4	20%

7. ¿Encuentra asociación de los colores utilizados, al tema en cuestión?



-Mucho	9	65%
-Regular	6	35%
-Nada	0	0%

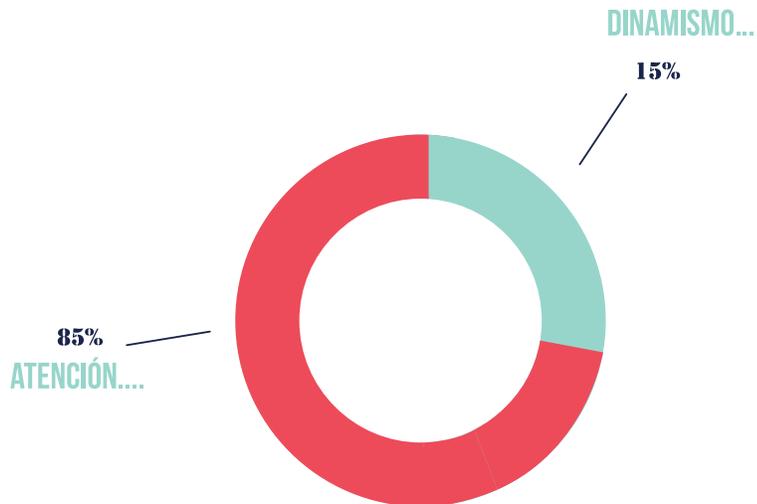


8. La conductora transmite un sentimiento de:



-Invitación	8	55%
-Accesibilidad	4	25%
-Juventud	3	20%

9. ¿Siendo un material audiovisual que le provoca?

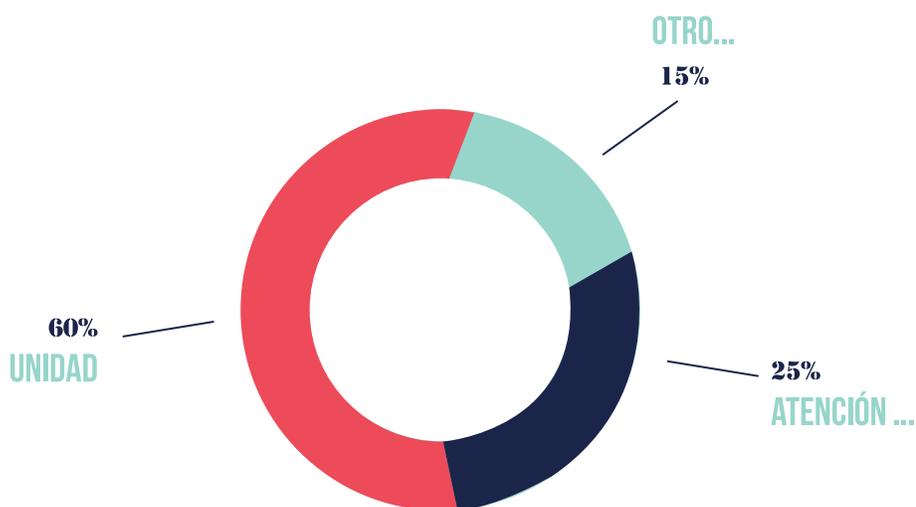


-Movimiento y dinamismo	5	15%
-Atención y participación	10	85%
-Aburrimiento	0	0%
-Otra	0	0%





10. Cree que todos los elementos en el audiovisual presentan:



-Unidad	8	60%
-Atención	5	25%
-Desorden	0	0%
-Mejor aprendizaje	2	15%

Comentarios relevantes:

- Cuando la conductora lee es evidente que lee lo que dice.
- Aún se debe mejorar el sonido de la conducción.
- Agregar dinamismo y relación con la ECC a las tomas del principio.
- Agregar dinamismo a la sección de las fotos de los estudiantes.





"Material audiovisual informativo acerca de la ECC y su proyecto de Reforma Curricular 2015"

IMPRÍMASE

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

A handwritten signature in black ink, consisting of several sharp, angular strokes that form a stylized representation of the name.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

A handwritten signature in black ink, featuring a large, circular loop followed by several smaller, overlapping strokes.

Lic. Erika Grajeda Godínez

ASESOR

A handwritten signature in black ink, with a prominent, stylized 'A' at the beginning followed by several loops and a final horizontal stroke.

Ana Victoria Sanlizo Gómez

SUSTENTANTE