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

DISEÑO GRÁFICO DE MATERIAL MULTIMEDIA INTERACTIVO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN VISUAL DIRIGIDA A LA POBLACIÓN JUVENIL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ.

VERNI E ANDREA QUIQUIVIX CHOJOLÁN
201220333

Licenciatura en Diseño Gráfico
Guatemala, Octubre 2017.

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

DISEÑO GRÁFICO DE MATERIAL MULTIMEDIA INTERACTIVO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN VISUAL DIRIGIDA A LA POBLACIÓN JUVENIL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ.

Proyecto desarrollado por:
VERNIE ANDREA QUIQUIVIX CHOJOLÁN
Para optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico
Guatemala, Octubre 2017.

JUNTA DIRECTIVA

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal I
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II
Msc. Alice Michele Gómez García
Vocal III
Br. María Fernanda Mejía Matías
Vocal IV
Br. Lila María Fuentes Figueroa
Vocal V Msc.
Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario
Licda. Erika Grajeda Godínez
Asesora Metodológica
Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Gráfico

AGRADECIMIENTOS

A DIOS
Por el apoyo brindado en cada parte de mi proceso a lo largo de la vida. Ser el encargado de mi vida y de mis propósitos. Promesa:

"Lo mejor está por venir"

A MI MAMÁ
Por todo el amor incondicional y sacrificio realizado por mí y mi superación personal y académica; por sus consejos y abrazos.

A MI PAPÁ
Por el apoyo brindado en cada etapa y permitirme el privilegio de ser parte de su corazón.

A DIEGO Y EDDY
Por su amor incondicional y apoyo.

A MI FAMILIA
Por cuidarme, amarme y ser una guía en mi camino.

A MIS AMIGOS
Gracias por todas las sonrisas, abrazos, regaños de mamá (Eymi), ser parte de mis locuras (Klau), caminatas por la U y las bibliotecas, las granizadas, y hacer inolvidables mis días universitarios.

A LA UNIVERSIDAD
Por ser mi casa de estudios desde niña, en la cual anhelaba estudiar y ser parte de mi proceso de formación profesional.

A MIS ASESORES
Por el apoyo brindado en cada etapa del proceso dentro de este proyecto

A LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SAC.
A Don Ángel Castañeta y autoridades de la Municipalidad que me brindaron su apoyo con toda disposición.

Índice

PRESENTACIÓN:

La Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez de Guatemala brinda servicios para el bienestar de su comunidad y desarrollo humano, para los cuales desarrolló una serie de actividades y cursos educativos y recreativos.

Dentro de los proyectos por la Municipalidad, se identificaron problemas de comunicación visual por las que atraviesa la institución, esto con el objetivo de fortalecer la participación de los jóvenes de la población en diversas actividades y proyectos planteados por dicha Municipalidad.

Capítulo 1

Introducción

ANTECEDENTES

Luego de conocer la realidad actual que enfrenta el municipio de San Lucas Sacatepéquez, de acuerdo con el diagnóstico realizado previamente, se detectó que el 72% de la población juvenil encuestada no se involucra en las actividades dirigidas por la municipalidad, el 18% es frecuente y el 10% es poco frecuente.

Los jóvenes representan el 40% de la población actual, los niños el 30% y los adultos el 30%. Por lo tanto la población juvenil provocaría un impacto social si la cifra de participación y voluntariado aumentara, creando una conciencia social para las presentes y futuras generaciones.

La Municipalidad de San Lucas ha realizado piezas informativas, dichas publicaciones no han respondido a la expectativa y la necesidad.

DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

La municipalidad de San Lucas Sacatepéquez tiene diversos proyectos con enfoque a los jóvenes del municipio, en los cuales, la participación ha sido escasa. Esto se debe a un gran porcentaje de jóvenes que no están informados y/o son indiferentes a la información acerca de los cursos y proyectos de su Municipalidad.

SOLUCIÓN:

Bajo estos datos se tomó la iniciativa de implementar el proyecto de diseño gráfico de material multimedia para mejorar la comunicación visual dirigida a la población juvenil de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

Por lo tanto, con el proyecto de comunicación visual se pretende motivar e informar a cada joven para que participe y trabaje en favor de su municipio.

JUSTIFICACIÓN

TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

La visión y misión de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez en Guatemala es emprender y ser un municipio que busque el desarrollo humano por medio de la participación en una cultura de armonía y cooperación.

Al estar informado, cada individuo podrá ser partícipe de actividades, cursos y proyectos con los que tendrá la posibilidad de desenvolverse, capacitarse, respetar y crecer con cada conocimiento aprendido, esto provocará una población de jóvenes culta y respetuosa que participa conjuntamente con su municipalidad para crecer como un municipio en desarrollo y ser ejemplo de futuras generaciones.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL PROYECTO

Los miembros de un municipio que trabajen en favor del desarrollo, son una población que no tiene límites ni barrera alguna en el crecimiento y formación de Guatemala.

Con el desarrollo de material en medios digitales de comunicación visual se podrán observar mejoras en el sistema de comunicación, la población juvenil podrá contar con un material interactivo que le permitirá compartir con las personas de su entorno.

Con el proyecto de comunicación visual se pretende motivar e influenciar a cada joven para que participe y trabaje en favor de su municipio. Además, podrán tener la oportunidad de compartir sus ideas y experiencias en su contexto, logrando enriquecer los proyectos de su municipio.

Si estas posibilidades se ignoran la comunicación se limita siendo solo sustancial y no posee una reacción, haciendo al grupo objetivo ajeno de lo que sucede a su alrededor.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

La municipalidad busca oportunidades y tiene una mentalidad abierta para apoyar a las nuevas ideas. El proyectista de la licenciatura de diseño gráfico cuenta con las competencias necesarias dentro del área digital y multimedia, uso de equipo: cámara profesional, equipo de cómputo y programas adecuados.

El proyecto propuesto se ejecutará por medio de vías digitales, utilizando medios funcionales para la factibilidad y difusión de la comunicación, buscando la respuesta favorable del grupo objetivo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Contribuir en la mejora de la comunicación visual de los proyectos enfocados a los jóvenes que dirige la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, a través de recursos gráficos multimedia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN VISUAL INSTITUCIONAL

Informar a los jóvenes del municipio de San Lucas por medio de material multimedia, acerca de la importancia de su capacitación y participación en proyectos planificados por la Municipalidad en favor de su comunidad.

OBJETIVO DE DISEÑO GRÁFICO

Diseñar material gráfico multimedia que transmita el mensaje a través de códigos visuales, permitiendo identificarse con el grupo objetivo, informando así el trabajo realizado por los programas de la Municipalidad.

Capítulo 2

Perfiles

Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez

Perfil de la organización y servicios que brinda

- Municipalidad ubicada en la 6ta Calle y 4ta Avenida Zona 1, San Lucas Sacatepéquez de Guatemala. Encargada de velar por el bienestar de la Población de San Lucas y su desarrollo.

- El mayor porcentaje de población profesa la religión católica y los idiomas que se hablan en la localidad son el español y Kaqchiquel. (SEGEPLAN, 2009a).

- Su fiesta titular se celebra del 10 al 20 de octubre en honor a San Lucas Evangelista, patrono espiritual del municipio, festividad muy solemne por sus actividades religiosas. Asimismo en su honor se celebran en el municipio actividades culturales, sociales y deportivas. (SEGEPLAN, 2009a).

HISTORIA
MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ

A continuación los datos históricos de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez:

Cuando los españoles vinieron a Guatemala era costumbre renombrar a los pueblos que encontraban o que ellos fundaban, tomando en cuenta tanto los nombres traídos por dichos conquistadores, conservando como segundo nombre el del pueblo en lengua nativa. Este es el caso de San Lucas Sacatepéquez, que tiene su nombre formado de San Lucas, en honor de uno de los apóstoles de Jesús, y Sacatepéquez que es una composición de las voces náhuatl Zacat que significa hierba y Tepet que significa cerro, siendo el significado “Cerro de Hierbas”.

Las voces náhuatl, demuestran que antes de la venida de los españoles, estos pueblos tenían relación con los nativos cakchiqueles que poblaban lo que hoy es San Lucas Sacatepéquez. El pueblo fue fundado entre los pueblos de Sacatepéquez, durante el siglo XVI, por los españoles, sin embargo antes de la venida de los conquistadores, en un lugar cercano a donde se ubicó durante la época colonial, existía ya la población, aunque no se ha establecido su nombre. Entre los años de 1546 y 1548, la población se trasladó a donde se encuentra actualmente. Pues donde estaba hasta esa fecha era un lugar muy frío y poco adecuado para vivir. Estas noticias del traslado de la población se pueden establecer a través de un dato muy importante que brinda el célebre cronista dominico don Antonio de Remesal en su “Historia de las indias Occidentales”, donde dice: “En tierra de Guatemala solo puede saber que es el pueblo de San Lucas estaba en un sitio muy malo una legua del que ahora tiene, y el padre fray Benito de Villa cañas le mudó y trajo muchos indios de Rabinal y los pobló allí”. No se tiene fecha exacta de la fundación de esta población, pero se sabe que en el año 1549, su fundador fue el español Gabriel Cabrera, que probablemente había obtenido en el repartimiento esta población como pago a sus servicios prestados a la Corona Española.

“El pueblo de San Lucas que compone su república de cuatrocientos setenta y cinco vecinos tributarios de la nación cakchiquel, y que en los propios ejercicios que los de Santiago consiguen largo provecho, mantienen una insigne y hermosa iglesia, no menos proporcionado adorno en la ostentación de su principal retablo y los colaterales que ilustran y llenan el cuerpo de la iglesia; cuya sacristía está colmada de ornamentos ricos y costosos por la materia y el arte, con remudas de cobres del tiempo, para el vestuario de los altares y sacerdotes. Plata labrada, en lámparas, cruces portátiles y de manga, custodias, cálices, patenas, vinajeras, salvillas, blandones, candeleros, ciriales, vasos de depósito y de comulgatorio, por haber allí ministros aprobados con asistencia continuada, por la razón de haber depósito en este pueblo de visita, en atención a su numeroso pueblo.”

Entre los años de 1768 y 1770 se realizó en el reino de Guatemala una visita pastoral a la diócesis del Arzobispado doctor Pedro Cortés y Larraz, quien visitó cada una de los curatos e iglesias de dicho reino.

En el informe correspondiente a lo que encontró en cada uno, escribe sobre el pueblo de San Lucas datos importantes de esta época la colonia, puesto que acababa de llevarse a cabo un censo de la población para establecer el número de tributarios del pueblo.

El panorama de dicho arzobispado sobre el pueblo era básicamente que San Lucas se encontraba a una legua y media de la cabecera parroquial, tenía 350 familias con 1,048 personas, se hablaba el idioma Cakchiquel y el sustento se basaba en la producción de maíz y frijol en abundancia. Otra actividad importante de los indígenas era la venta de leña a Guatemala todos los días (Monografía Catastral, San Lucas Sacatepéquez. Enero de 1999).

FILOSOFÍA
MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ

MISIÓN:

Fomentar la participación ciudadana responsable para incidir en la sociedad y en las políticas públicas que busquen el desarrollo humano a través de la mejora de los servicios básicos, salud, educación e infraestructura, que son derechos inherentes a todas las personas humanas.

Garantizar el acceso a oportunidades económicas, sociales, culturales, ambientales, educativas y deportivas; fomentando la convivencia en cultura de paz, armonía y cooperación entre los habitantes del municipio de San Lucas Sacatepéquez (Municipalidad San Lucas).

VISIÓN:

Ser una comuna transparente con participación activa de sus vecinos ganadora de la confianza de la población por calidad en la presentación de los servicios y en la ejecución del gasto público, desarrollando programas sociales, culturales, deportivos y otros para cimentar valores en la población, principalmente de respeto a las persona humanas y tolerancia a la diversidad que enriquece a todos. (Municipalidad San Lucas).

Valores de la Municipalidad:

Velar por el respeto, paz, armonía entre los habitantes, reflejando una imagen transparente.

SERVICIOS QUE PRESTA LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS

- Educación pública.
- Seguridad Municipal
- Salud
- Actividades sociales
- Actividades deportivas
- Actividades religiosas
- Servicio de transporte gratuito USAC
- Cursos de aprendizaje de Idiomas extranjeros
- Cursos de desarrollo social y deportivo.

IDENTIDAD VISUAL
MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ

LOGOTIPO:

La Municipalidad cuenta con el logotipo que lo representa y esta no está sujeto a modificaciones pero si a variaciones, según el fin deseado.

COLORES:

Gama de colores en tonalidades verdes, es el color que representa al municipio .

Muni San Lucas 2016. Recuperado de http://www.munisanlucas.gob.gt/Municipalidad_de_San_Lucas/Inicio.html.

SITIO WEB:

La página web representa a la municipalidad y cada una de las áreas que trabajan en conjunto por la población.

Existe poco reconocimiento de la existencia de este medio informativo.

Dentro de dicha página se encuentra una descripción de los departamentos de la Municipalidad.

https://www.facebook.com/Municipalidad-de-San-Lucas-Sacatepequez-120425278043112/?fref=ts

Página en Facebook

La página web en las redes sociales se conforma de las actividad realizadas, dirigidas al público en general.

Grupo Objetivo

Jóvenes habitantes de municipio de san Lucas Sacatepéquez de Guatemala.

- **Características geográficas:**
  Jóvenes habitantes de municipio de san Lucas Sacatepéquez de Guatemala.

  Universidades:
  Universidad de San Carlos de Guatemala
  Universidad Mariano Gálvez
  Universidad Rafael Landívar
  Universidad Mesoamericana

  Instituciones educativas:
  Centro Educativo Getsemaní
  Instituto Básico San Lucas
  Colegio Campo Verde
  Colegio La colina
  Entre otros

- **Características Sociodemográficas:**
  Jóvenes y jóvenes adultos de género femenino y masculino de 14 a 25 años de edad.

  Es una población juvenil y su nivel de escolaridad en un gran porcentaje corresponde a: Nivel diversificado y estudiantes universitarios.

- **Características Socioeconómicas:**
  Con clase social: C1,C2,C3,D1,D2 (Ugap,2013).

  Ingresos económicos: Sueldo mensual familiar promedio de Q.3,500.00 a Q.25,600.00 (UGAP, 2013)

  Actividad: Estudiantes, Trabajadores, Trabajador estudiante.

- **Características Psicográficas:**
  Pasatiempos: ver películas, deportes, escuchar música o interpretarla, compartir con amigos, Leer, chatear, navegar por Internet y redes sociales.

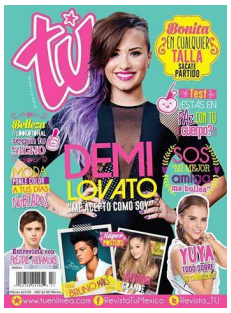
  Realizan actividades recreativas compartiendo experiencias con sus amigos y conocidos en redes sociales, utilizando dispositivos móviles (Smartphone, computadora y Tablet) con los cuales pueden comunicarse y navegar por Internet.

- **¿Qué ven?**

Programas de televisión: History, chicago Med, Dare Devil, Fox sport.

- **¿Qué Leen?**

Revistas: Tú, La marca, National Geographic.



- **Plataformas de comunicación:**

Las principales son las redes sociales:

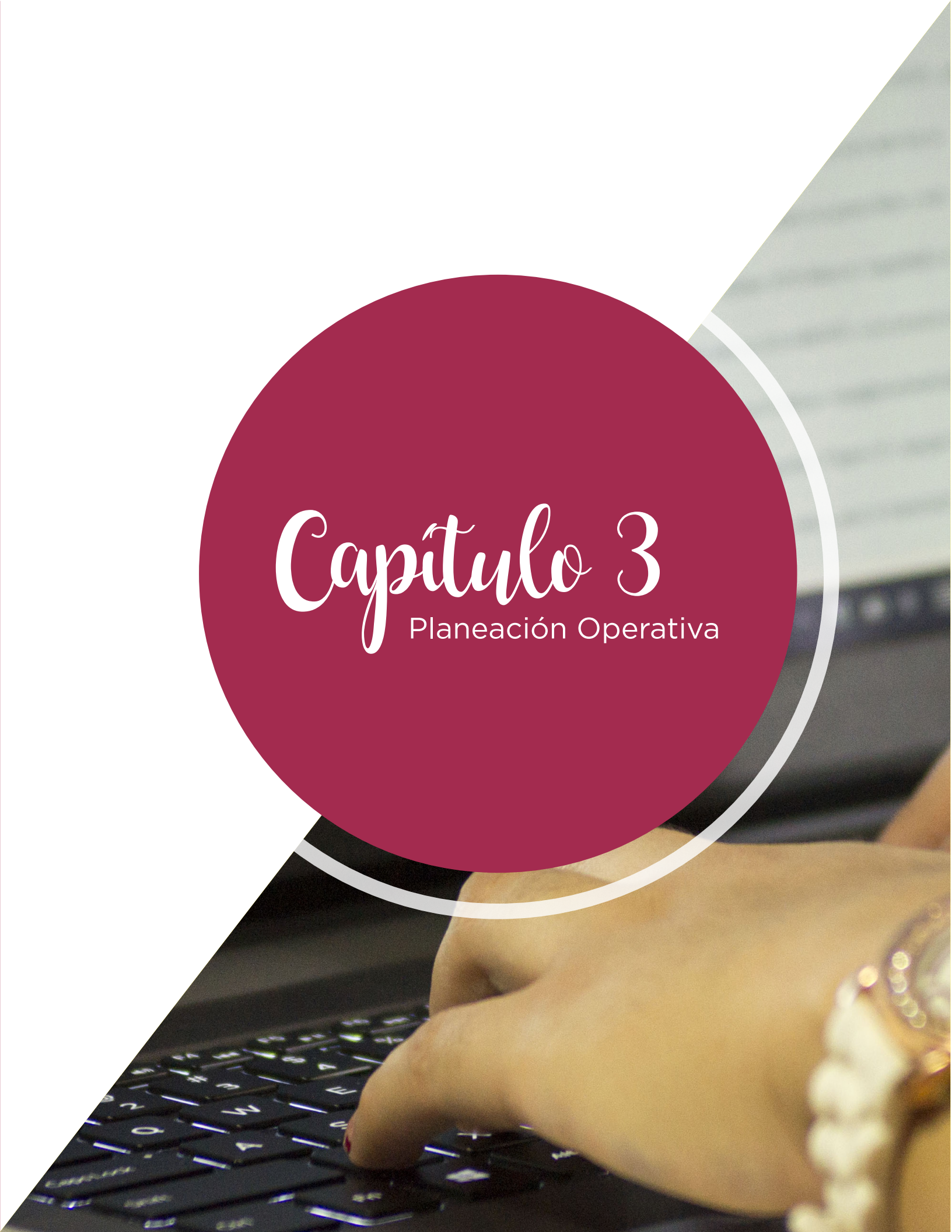
- **Relación entre el grupo objetivo y la institución:**

Los jóvenes de San Lucas son muy dinámicos y emprendedores pero necesitan una guía que les pueda mostrar lo que pueden alcanzar con el aporte a su municipio.

Actualmente un gran porcentaje de jóvenes no se involucra en las actividades de la Municipalidad de San Lucas, esto puede cambiar, logrando una comunicación visual fresca y dinámica entre estos personajes.

Capítulo 3

Planeación Operativa



FLUJOGRAMA

A continuación se presenta el flujograma de trabajo, el cual guía al proceso creativo del proyecto:

PROYECTO DE GRADUACIÓN

PROCESO CREATIVO

Búsqueda de una institución no lucrativa
Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez

Visita a la institución

Instrumentos de diagnóstico en búsqueda de información y problemas de comunicación visual.
Delimitación y fundamentación del problema de comunicación visual.
Fundamentar las ventajas y desventajas las posibles piezas gráficas.
Definir piezas gráficas a implementar dentro del proyecto de graduación.
Explicar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las piezas gráficas para el proyecto.
Realizar una búsqueda exhaustiva de información que enriquecerán los contenidos para abordar el proyecto.
Recabar la información o contenido que el proyecto necesita comunicar en las piezas de diseño.

¿Se realizó una investigación útil y funcional para realizar el proceso de conceptualización?

NO → Retomar los pasos anteriores

SÍ

Elaboración del Briefing.

Objetivos
Grupo objetivo
Beneficio de comunicar
Timing
Condicionantes
Documentación adicional

Planeación operativa y proceso de desarrollo del Marco teórico.

Descripción de las variables dentro del problema.
Indice del desarrollo en cada tema.
Investigación y fundamentación.
Análisis y sintesis de los componentes del marco teórico, ensayos y estado del arte
Revisión del desarrollo del Marco Teórico.

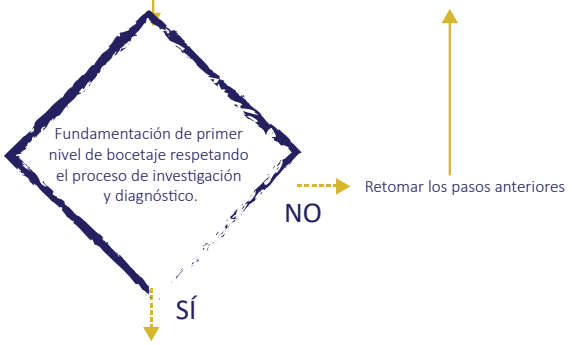
PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

Proceso de conceptualización.
Conceptualización teórica
Métodos y técnicas creativas para generar conceptos de diseño.
Generar insights creativos
Premisas de diseño

Visualización 1er. Nivel de bocetos del proceso creativo

Pre bocetos.
Etapa de bocetaje
Creación de storyboards, personajes, guion técnico y gráfico (a mano alzada).

Evaluación de propuestas.



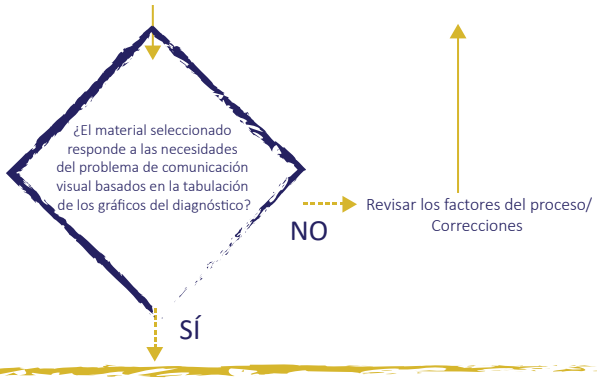
Visualización 2do. Nivel de bocetos del proceso creativo

Elección de dos opciones de bocetaje:
Historia, storyboard, guión técnico y gráfico.
Programada de filmación (time Schedule)
Animatic.
Elección del equipo necesario para filmación de escenas. (equipo fotográfico, luces, actores)
Selección de escenarios, encuadres e iluminación, retículas y jerarquías.
Filmación de escenas, planos generales, primeros planos, diálogos, reacciones dramáticas y naturales y material de secuencias adicionales.
Narración de diálogos.
Animación
Retoques de grabación y animación.
Montaje de texto

Desarrollo de instrumentos de validación (encuestas, entrevistas, FODA, 6 sombreros) con la finalidad de evaluar la funcionalidad del concepto, piezas, animaciones y línea gráfica del proyecto.
Correcciones del asesor

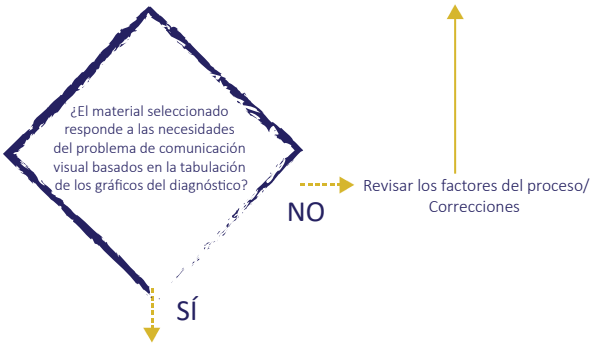
Visita a la institución para aprobación y validación con el cliente

Mapa mental: explicación del proceso de conceptualización teórica, línea gráfica e implementación de concepto a las piezas del proyecto.
Aprobación por los asesores.
Presentación de opciones y elementos de cada pieza del proyecto.
Elección de piezas finales.
Evaluar la función y tabulación de datos elaborados de gráficos.
Posibles correcciones.



Validación con profesionales del diseño

Evaluar la funcionalidad de la opción final a través de encuestas, tabulación de gráficos, y técnicas de evaluación.
Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
Posibles cambios de las propuestas.

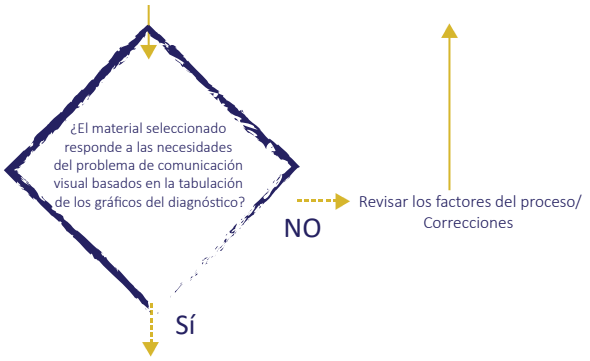


Visualización 3er. Nivel de proceso creativo

Grabación de escenas con necesidad de correcciones
Corrección de la animación del proyecto
Revisión de colores, tipografía, secuencia y lógica.

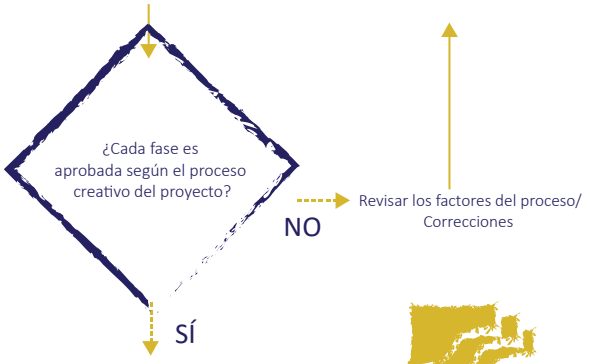
Validación con el grupo objetivo:

Evaluar la funcionalidad de los video finales.
Evaluar los medios de difusión de cada video.
Encuesta al grupo objetivo
Tabulación de datos y elaboración de gráficos
Posibles correcciones de las propuestas.



Visita a la institución presentación de propuesta final y tabulación de resultados:

Presentación de propuestas finales de cada pieza, se hace entrega de las piezas dentro de en un DVD para usos de la Municipalidad.
Presentación de los datos tabulados dentro de los instrumentos de validación de cada grupo (profesionales de diseño gráfico y al grupo objetivo).
Se presentan los objetivos del proyecto de graduación, con el fin de recalcar el alcance y cumplimiento del proyecto y sus piezas.
Fases de aprendizaje y formación profesional (Conclusiones y recomendaciones).



Informe final

CRONOGRAMA

Posteriormente del flujograma se plantea a continuación el cronograma de trabajo, con el objetivo de especificar las actividades realizadas durante el proceso en un tiempo pertinente al proyecto.

Actividad	15-20 de agosto	22-27 de agosto	29-2 de Sep.	5-10 de Sep.	12-16 de Sep.
Elaboración del Briefing.					
Descripción de las piezas gráficas					
Grupo objetivo					
Medios de difusión					
Timing					
Proceso de desarrollo de marco teórico, ensayos y estado del arte.					
PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN					
Proceso de conceptualización.					
Conceptualización teórica					
Métodos y técnicas creativas para generar conceptos de diseño.					
Generar insights creativos					
Evaluación de conceptos creativos					
Premisas de diseño					
Autoevaluzción de propuestas					
1er. Nivel de proceso creativo					
Pre bocetos: lluvia de ideas					
Etapa de bocetaje					
Creación de storyboards, personajes, guion técnico y gráfico.					
Autoevaluación.					
2do. Nivel de proceso creativo					
Elección de dos opciones de bocetaje e evlauación de ellas.					
Historia, storyboard, guión técnico y gráfico.					
Programada de filmación (time Schedule)					
Animatic.					
Elección del equipo necesario para filmación de escenas. (equipo fotográfico, luces, actores)					
Selección de escenarios, encuadres e iluminación, retículas y jerarquías.					
Filmación de escenas, planos generales, primeros planos, diálogos, reacciones dramáticas y naturales y material de secuencias adicionales.					
Narración de diálogos.					
Animación					
Retoques de grabación y animación.					
Montaje de texto					

Actividad	26-30 de Sep.	3-8 de oct.	10-14 de Oct.	15-20 de agosto	22-29 de Oct.
Elaboración del Briefing.					
Herramientas de validación para cliente, profesionales del diseño y G.O					
Desarrollo de instrumentos de validación (encuestas, entrevistas, FODA, 6 sombreros) con la finalidad de evaluar la funcionalidad del concepto, piezas, animaciones y línea gráfica del proyecto.					
Visita a la institución para aprobación y validación de la propuesta					
Mapa mental: explicación del proceso de conceptualización teórica, línea gráfica e implementación de concepto a las piezas del proyecto.					
Aprobación por los asesores.					
Presentación de opciones y elementos de cada pieza del proyecto.					
Elección de piezas finales.					
Evaluar la función y tabulación de datos elaborados de gráficos.					
Posibles correcciones.					
Validación con profesionales del diseño					
Evaluar la funcionalidad de la opción final a través de encuestas, tabulación de gráficos, y técnicas de evaluación.					
Tabulación de datos y elaboración de gráficos.					
Posibles cambios de las propuestas.					
3er. Nivel de proceso creativo: Creación de arte final:					
Grabación de escenas con necesidad de correcciones					
Corrección de la animación del proyecto					
Revisión de colores, tipografía, secuencia y lógica.					
Validación con el grupo objetivo:					
Evaluar la funcionalidad de los video finales.					
Evaluar los medios de difusión de cada gif y video.					
Encuesta al grupo objetivo					
Tabulación de datos y elaboración de gráficos					
Posibles correcciones de las propuestas.					
Visita a la institución presentación de propuesta final y tabulación de resultados:					
Presentación de los datos tabulados dentro de los instrumentos de validación de cada grupo (profesionales de diseño gráfico y al grupo objetivo).					

PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Insumos:
Material para proceso de diagnóstico: Impresiones, energía eléctrica, hojas tinta. Q20.00
Gastos de transporte: Q20.00
Tiempo:
Elaboración de instrumentos: 2 días
Visita a la institución: 3 horas
Tabulación de resultados 1 día
Definir las piezas gráficas: 1 día

TOTAL: 5 días

PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

Insumos:
Hojas, tinta, set de dibujo, impresiones.
Tiempo:
Mapas conceptuales: 5 horas
Técnicas y métodos creativos: 5 horas
Conceptualización teórica: 1 día
Briefing: 1 día

TOTAL: 5 días

VISUALIZACIÓN 1ER. NIVEL DE BOCETOS DEL PROCESO CREATIVO

Insumos:
Hojas, tinta, set de dibujo, lápiz, crayones, impresiones.
Q 50.00
Cámara, equipo de cómputo: equipo actual.
Gastos de transporte: Q 50.00
Tiempo:
Etapa de bocetaje: 5 días
Creación de historias, storyboards: 5 días
Guion técnico y gráfico: 5 días
Diagramación y encuadres: 3 días.

TOTAL: 20 días

VISUALIZACIÓN 2DO. NIVEL DE BOCETOS DEL PROCESO CREATIVO

Insumos:
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 80.00
Tiempo:
Grabación: 8 días
Edición y postproducción: 7 días
Correcciones: 3 días
TOTAL: 20 días

HERRAMIENTAS DE VALIDACIÓN PARA CLIENTE, PROFESIONALES DEL DISEÑO Y G.O

Insumos:
Impresiones: Q15.00
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 20.00
Tiempo:
Evaluación de la funcionalidad: 1 día
Tabulación de resultados: 2 días
Toma de decisiones: 1 día
TOTAL: 4 días

VISITA A LA INSTITUCIÓN PARA APROBACIÓN Y VALIDACIÓN CON EL CLIENTE

Insumos:
Impresiones: Q15.00
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 20.00
Tiempo:
Visita a la institución: 6 horas
Aprobación de conceptualización y propuestas: 2 días
Elección final: 1 día
Evaluar funcionalidad: 2 días
Posibles correcciones: 3 días.
TOTAL: 8 días

VALIDACIÓN CON PROFESIONALES DEL DISEÑO

Insumos:
Impresiones: Q15.00
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 20.00
Tiempo:
Visita a la institución: 6 horas
Aprobación de conceptualización y propuestas: 2 días
Elección final: 1 día
Evaluar funcionalidad: 2 días
Posibles correcciones: 3 días.
TOTAL: 8 días

VISUALIZACIÓN 3ER. NIVEL DE PROCESO CREATIVO

Insumos:
Computadora
Equipo de grabación y animación
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 20.00
Tiempo:
Etapa final y correcciones: 10 días
TOTAL: 8 días

VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO:

Insumos:
Impresiones: Q15.00
Presentación de informes: Q30.00
Gastos de transporte: Q 20.00
Tiempo:
Encuestas: 1 días
Tabulación de resultados: 1 día
Diagramación y encuadres: 1 días.
TOTAL: 3 días

Capítulo 4

Marco Teórico

LA PARTICIPACIÓN
ES UNA ACCIÓN DE CAMBIO

La participación es un elemento clave de la vida democrática, ya que todos debemos involucrarnos en el proceso de toma de decisiones, escuchar las opiniones y trabajar en favor del bien común.

La participación se ejerce mediante la libre expresión, el consenso, la inclusión y el respeto a los derechos humanos.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define la participación social como “la contribución de individuos, o de grupos de población activa, a la aceleración del desarrollo económico y social.”

Los jóvenes se convierten en participantes de acciones de cambio cuando toman decisiones y buscan contribuir al cambio social en sus comunidades, regiones, estados o país.

La participación de los jóvenes en acciones de cambio positivas es establecida para hacer valer sus propuestas donde aprenden porque todos aportan sus conocimientos y los ponen al servicio de los demás. Esto contribuye a lograr los cambios y avances esperados por todos.

Esta participación es imprescindible ya que es el aporte de los miembros que se identifican con la comunidad y no dejan toda la labor para los gobernantes de la misma, que les ayudará a llegar a un equilibrio y estipular acuerdos en beneficio de sus habitantes.

“El Estado reconoce a las personas el derecho de participar en sus políticas, planes, programas y acciones”. (Gobierno abierto).

Cada miembro de la población tiene el derecho de participar en planes y proyectos en busca de su crecimiento personal, profesional y social.

San Lucas Sacatepéquez es un municipio del departamento de Sacatepéquez, ubicado en la región central del territorio Nacional a 29.5 Kilómetros de la ciudad capital, con aproximadamente 30,200 habitantes (Pág. 17, Párrafo 1).

San Lucas se considera un municipio transparente y libre de analfabetismo. San Lucas está dirigida por el alcalde Municipal Lic. Yener Plaza 2016-2020, que a su vez organiza junto con los miembros de la Municipalidad de Sacatepéquez distintos proyectos, programas, talleres, cursos y voluntariados; en los cuales se le ofrece la oportunidad a cada miembro del municipio a participar en dichas actividades con el objetivo de utilizar sus habilidades y/o aprender a desarrollarlas en beneficio propio y comunitario.

Aproximadamente la población en San Lucas es de 30,200 habitantes, del cual el 30% de la población corresponde a niños de 0 a 14 años de edad, el 30% corresponde a personas adultas de 26 años en adelante, y el mayor porcentaje es del 40% que corresponde a los adolescentes y jóvenes adultos de 14 a 25 años de edad.

En Guatemala los jóvenes menores de 30 años ocupan el 68% de la población guatemalteca. INE, (2011). El mundo busca jóvenes porque son el presente que se reflejará en el futuro, y a su vez dará guía a otras generaciones.

La adolescencia ha sido una etapa vulnerable bajo los efectos de diferentes situaciones de la vida, bajo estas razones se busca la prevención de acciones que en un futuro el joven pueda lamentar.

El período de ser joven abarca un largo proceso de transformación que muchas veces no es comprendido ni por el joven mismo, la mayor parte de adolescente de 14 a 18 años aún no ha definido sus interés y propósitos, buscan su esencia personal.

Piaget plantea que es el momento de las operaciones formales, su pensamiento es abstracto, lo que implica que son capaces de formular y comprobar hipótesis, estableciendo críticas sobre los valores familiares y sociales que les permiten evaluar lo que consideran bueno o malo para sí, pudiendo percibir los conflictos que provienen de sus diferentes roles (hijo, amigo, estudiante, etc.) y superar los que son incongruentes (Craig, 1988).

El reto de los jóvenes consistirá en formar su identidad y para ello, las vivencias, los valores, el sacrificio por otros, experiencias y la actitud forman parte fundamental para hacerlo.

Si el joven se considera parte importante del proceso, dará su máximo potencial en la elaboración de un proyecto por el cual tiene un motivo por realizar, al ofrecerle al joven herramientas este se vinculará como ciudadano y potenciar su autonomía en el marco de los valores de solidaridad, respeto y cooperación.

Asimismo, se considera entregar herramientas útiles para los jóvenes, de tal manera que sea contenido actual y puntual en los objetivos planteados.

"Los Jóvenes sólo pueden entenderse entre ellos. Es muy difícil que una persona mayor escuche y comprenda a un joven." Fancois Muriac

Muchas veces el joven no es comprendido por sus padres y/o encargados, por lo que le resulta difícil involucrarse en acciones de cambio positivas y que beneficien y busca otras alternativas por ello es importante colocarse en el papel de otra persona, muchas veces resulta una tarea difícil, pero no es imposible; en el caso de los jóvenes, entre ellos se comprenden, pero no significa que puedan aportar las mejores opiniones por su falta de experiencia, necesitan la orientación de una persona o institución con mayor conocimiento para lograr dar solución a los diferentes problemas que enfrenta Guatemala.

En Guatemala se pueden encontrar diferentes organizaciones, Asociaciones, Fundaciones, Cooperativas y comunidades donde los jóvenes pueden participar en acciones de cambio dando propuestas que llevan a soluciones a las diferentes problemáticas que existen. Entre ellas están:

Jóvenes por Guatemala "son una organización conformada por líderes jóvenes que desean incentivar y promover la participación a través de la creación de soluciones concretas a los problemas actuales en los que vive nuestro país. Son jóvenes con metas, ideales, sueños y sobre todo con una visión de cambio para nuestra Guatemala"

También existen organizaciones que trabajan directamente con la participación de jóvenes para crear una acción positiva en la salud de otras personas como:

Fábrica de sonrisas "Son una asociación que trabaja de manera voluntaria llevando alegría, amor y tiempo a todas las personas". (Sonrisas 2014).

"El voluntariado es sin fines de lucro, sin orientación religiosa o política, donde no existe discriminación que divida a la sociedad." (Sonrisas 2014).

Otro ejemplo de la participación juvenil que minimiza la problemática de la falta de una vivienda digna.

Un techo por mi país que tienen como misión: "Trabajar sin descanso en los asentamientos precarios para superar la pobreza, a través de la formación y la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios, promoviendo el desarrollo comunitario, denunciando la situación en la que viven las comunidades más excluidas e incidiendo junto a otros en política". (Techo)

Su visión "Una sociedad justa y sin pobreza, donde todas las personas tengan las oportunidades para desarrollar sus capacidades y puedan ejercer y gozar plenamente sus derechos". (Techo)

Los temas más relevantes que trabajan estas organizaciones han sido sobre: Compartir la felicidad, medio ambiente, voluntariados, cursos, capacitaciones, desarrollo comunitario, entre otros.

Cada organización estimula la energía y participación de jóvenes como agentes de cambio, es el resultado de acciones positivas.

"Los adolescentes y los jóvenes ya no son niños, pero aún no son adultos. Necesitan ayuda y oportunidades para desarrollar sus capacidades psicosociales y físicas y, cuando se les da la oportunidad, hacen una contribución esencial no sólo a su propio desarrollo saludable, sino también al desarrollo de la sociedad" (Organización Mundial de la Salud, 1990).

En muchas ocasiones los jóvenes no se involucran en actividades, regularmente los adultos toman decisiones por ellos, por su falta de experiencia o confianza que podrán dar marcha al proyecto.

Sin embargo, si los jóvenes reciben apoyo pueden aprender lecciones juntamente con los adultos, y encontrar soluciones más relevantes y efectivas.

Si los jóvenes reciben orientación a través de la participación con los adultos, los jóvenes aprenden cómo se toman las decisiones y desarrollan destrezas valiosas, y a través de sus experiencias y comprensión, los jóvenes suministran información práctica importante para los adultos cuando se toman las decisiones.

Con ayuda del conocimiento actual y las experiencias de los jóvenes, se puede llegar a nuevos puntos de vista y encontrar soluciones prácticas.

"La participación de los jóvenes constituye una verificación de la realidad para los adultos". (Anónimo)

Para lograr atraer la atención de la población juvenil y que la participación sea efectiva, se debe enfatizar en la importancia que el joven ocupa dentro del proyecto.

Si los jóvenes se sienten identificados con los proyectos, es mucho más fácil cumplir con los objetivos, a menudo, la participación de los jóvenes está diseñada para que cumpla con las necesidades específicas de la organización, pero un factor crítico es que los jóvenes mismos le encuentren significado a las opciones de participación.

Es importante, además, garantizar las oportunidades para que los jóvenes desarrollen amistades, incluyendo recepciones, tiempo social y tiempo para la diversión, para aumentar el valor de las actividades de participación juvenil.

Una de las razones como plantean Benedicto y Moran "el gran obstáculo con el que se enfrentan todos los intentos de comprometer activamente a los jóvenes es que no se les considera ciudadanos plenos".

Para considerarse Jóvenes ciudadanos deben comprender el propósito por el cual se desea que participen. Esto no abarca solo el contenido con el cual se va a trabajar sino también el medio y la influencia que se tiene en la vida de ellos.

En el artículo Trabajar con jóvenes describe la opinión de ¿Por qué los y las jóvenes no participan más?: un chico o una chica adolescente no tienen por qué querer participar, como tampoco reclaman el derecho a tener una educación sexual acorde con sus necesidades, ni exigen el voto a los 16 años o actuaciones que despierten su solidaridad y tolerancia con las personas con necesidades, tampoco intervenciones que propicien su adecuada socialización. Nada de eso figura entre sus prioridades. Son adolescentes.

Los jóvenes no se preocupan por el futuro, por lo que sucederá en 5 o 10 años, en que trabaja la institución municipal y el trabajo que realiza, si este no afecta sus relaciones interpersonales, lugar de estudio o trabajo, familia, amigos, creencias y hábitos, es muy difícil que se logre involucrar, la clave para influenciarlos es romper su zona de confort con algo inesperado que a su vez lo identifique.

En el Municipio de San Lucas Sacatepéquez existe la oficina Municipal de la juventud, actualmente lleva dos años de estar desarrollando, es una institución creada para brindar apoyo integral al sector de la juventud de San Lucas Sacatepéquez.

Su visión: “Mantener un diálogo continuo con los jóvenes de aldeas, caseríos, cantones y residenciales; con el fin de crear programas, actividades, culturales, artísticas, deportivas, sociales y recreativas, acorde con las necesidades e intereses, buscando potenciar sus talentos, ideas y aptitudes”. Solís S. (2016)

Su misión: “Somos la institución que viabiliza el desarrollo de la juventud sanluqueña a través de programas y acciones; apoyando al joven de forma integral en cualquier situación de su vida”. Solís S. (2016).

Al paralelo de la Oficina Municipal de la Juventud trabajan otras extensiones de la municipalidad como:

- Oficina Municipal de la mujer: Ofrece cursos a cualquier ciudadano del Municipio, los jóvenes pueden aprender cursos para la vida personal y profesional, entre ellos están: cocina, floristería, corte y confección, manualidades, cultora de belleza entre otros.

- Oficina Municipal de deportes: en ella cada joven puede desarrollar sus destrezas motrices, realizando actividades deportivas individuales y en equipo, por ejemplo: Basquetbol, Zumba, Futbol, entre otros.

- Academia Municipal de Arte: la academia da oportunidad para que los jóvenes aprendan de las artes y conozcan su pasión. Al inicio se les da la oportunidad de conocer las distintas artes durante el transcurso de una semana, luego el joven tiene la oportunidad de escoger una de las disciplinas, entre las disciplinas están: Danza contemporánea, ballet, baile de salón, pintura, clases de música (marimba, guitarra, piano, batería, Sol Fa), entre otras.

Los jóvenes son agentes de cambio que se atreven a realizar acciones que produzcan efectos relevantes en la vida de otros y en la propia. Poseen cualidades como capacidad creativa, energía y sensibilidad ante los problemas que afectan a la sociedad.

Para involucrar la participación de jóvenes, es necesario una estrategia que rompa la falta de información, el autoritarismo, los sistemas monótonos, que representen retos e identifique la vida de estos.

Con las cualidades mencionadas y el deseo de cambio, los jóvenes pueden ayudar a resolver los problemas que enfrenta en la actualidad Guatemala como la pobreza, la desnutrición o la corrupción, la falta de vivienda entre otros.

DISEÑO AUDIOVISUAL
Y LA INTERACCIÓN DE ELEMENTOS

Los medios digitales son los más utilizados por usuarios de todo el mundo, implementando piezas que combinan textos, fotografías, imágenes, video o sonido. Estos materiales hacen que la interacción con la comunicación visual sea eficaz, rápida y entretenida para el usuario y sus contactos.

Los audiovisuales no fueran posibles hoy en día sin los aportes de las generaciones anteriores, en el año 1670 Isaac Newton fue uno de los primeros en descomponer la luz en sus diversos colores. No se trataba de un error sino demostraba que la luz natural recorría refrangibilidad desigual, la generación de los colores incluye mucha geometría con la posibilidad de medir el ángulo y el espectro de la proporción de cada color. (Orozco, S. 2008)

Colocó el prisma delante del rayo de luz, de modo que lo atravesara y reflejara la luz en la pared opuesta, a 7 metros de distancia. En la pared aparecían los colores del arco iris de forma alargada, uno sobre otro. Tras la luz descompuesta en colores colocó otra pantalla con un agujero, a unos 3 metros. Por este agujero fue haciendo pasar los colores de uno en uno. De modo que, detrás de la pantalla, sólo podía verse el color elegido. (Orozco, S. 2008)

Newton dedujo que los colores del arco iris eran colores puros, mientras que la luz blanca era la mezcla de todos ellos. El prisma no añadía ninguna cualidad a la luz, sino que la descomponía. Al proyectar los colores y juntarlos de nuevo, la luz volvía a ser blanca.

Newton logró descomponer la luz solar, pero siguió sin saber por qué. Entonces aún no se conocía la naturaleza ondulatoria de la luz.

Gracias a Newton ahora conocemos que los colores son ondas, y cada color tiene una longitud de onda diferente.

El modelo de color llamado RGB es el que se utiliza en todos los sistemas que forman imágenes a través de rayos luminosos (aditivos), ya sea emitiéndolos o recibiéndolos.

El RGB es un código de color que rigen la elaboración de videos, imágenes entre otros elementos en el mundo digital.

En la antigüedad se utilizaba modelos en blanco y negro al no contar con información sobre la luminancia, es decir, el brillo de cada píxel aplicado a una imagen en escala de grises.

En la actualidad el uso de RGB, luminancia y crominancia de la teoría del color son evidentes en todos los materiales multimedia.

Además de uso del color y la luz también podemos implementar tamaños y tipos de formatos según sea el contenido de la publicación, desde un video a un gif en redes sociales.

Por ejemplo, el formato predominante utilizado dentro de la plataforma de YouTube es de 1280 X 720px, y en Facebook las imágenes varían en tamaño según el propósito por el cual serán posteados: imagen para publicación cuadrada 1200 x 1200px, imagen para publicación horizontal 1200 x 900px, imagen enlaces 1200 x 628px, pestaña Facebook 810px ancho.

El tamaño que se desee implementar dependerá del propósito y el medio de proyección se establecerá para la pieza seleccionada.

Ahora bien, si se trata de tamaños de video, se deberá tomar en cuenta dentro de la preproducción la dimensión que este necesitará, para cuidar la calidad visual del mismo, es recomendable utilizar tamaños más amplios, por ejemplo:

-Alta definición HD: 1280 X720, 25 FPS /.mov, .mp4,H264.
-Ultra HD: 4K, 3840 x 2160 / a 25 FPS / H264, H265.
-Fulldome: 4096 x 4096 / a 25-30 FPS / H264, .avi, mp4. (European Southern Observatory)

En la actualidad los audiovisuales han ocasionado un impacto social en el uso de la internet y las redes sociales además de una fuerte implicación en la vida de los usuarios por su fácil manejo y la ventaja de poder tener una experiencia basada en tiempo real y vivencia que estos le ofrezcan.

Los elementos que componen los audiovisuales son: luz, sonido, composición, historia, y el montaje que a su vez lo vemos reflejado en su análisis y sus etapas de Pre-producción, producción y postproducción.

Aumont y Marie (1990), en el libro Análisis del film, definen el análisis como una aplicación, un desarrollo, una invención de teorías y una disciplina, por tanto, es un instrumento que genera metodologías.

Los audiovisuales muestran un mensaje desarrollado en la preproducción, en esta etapa se elabora el guion técnico, gráfico, desarrollo de personajes, Storyboard y distribución del tiempo.

Para tener mejores resultados de la elaboración de un audiovisual se recomienda hacer uso de una animática (Animatic), esto consiste en realizar una animación de visualización 1, es decir el boceto del audiovisual, dentro de este se encontrará una animación a lápiz con uso de sonido, transición correspondiente del tiempo que se usará; esto con la finalidad de evaluar el proceso a tiempo real del contenido del audiovisual.

En la producción se desarrolla la animación, toma de fotografías, grabación, diálogos, narración y el montaje de video.

Cuando se concluye el proceso de producción, le prosigue la post producción que busca definir detalles de color, sonido, animación y composición final; la postproducción no es corrección de errores previos en la producción, sino realzar detalles finales en la ejecución del material.

Además, dentro de la planificación de pre-producción, producción y postproducción, también se debe tomar en cuenta la organización del presupuesto y el financiamiento del proyecto; para lo cual se debe plantear la necesidad que este requiera, tomando en cuenta la escenografía, material de producción y sus utensilios (cámara, micrófono, equipo de cómputo, etc.), entre otros recursos.

Los audiovisuales poseen un lenguaje sensorial, utilizan a su favor los sentidos del ser humano (visual y auditivo) para hacer vivencial la experiencia del receptor.

"Es un conjunto de signos y símbolos codificados que junto con la integración de imagen y sonido transmiten ideas o sensaciones" (Moya M, 2012).

El lenguaje audiovisual se basa en el desarrollo de la narración, estructuración y lógica de la trama, utilizando elementos como: iluminación, escenografía, utilizaría, planos, encuadres, movimientos de cámara, sonidos y efectos; estos se combinan con símbolos o signos culturales del grupo objetivo, de tal modo que este se sienta identificado con los personajes y la puesta en escena.

"No es sólo la yuxtaposición de elementos visibles y audibles, sino su síntesis, creándose un nuevo elemento con sus propias características, posibilidades y limitaciones" (Dr. Marqués, 2003).

Es decir que el lenguaje audiovisual no solo combina estos elementos como una guía, sino que la utiliza estratégicamente bajo un análisis previo de la elaboración del audiovisual.

Además del lenguaje, los audiovisuales son los reyes del movimiento en los medios digitales, le permiten al receptor, no solo admirar una ilustración o una imagen sino videos de la realidad o la imaginación del autor en un tiempo determinado.

En 1912, Max Wertheimer comenzó el estudio de la percepción del movimiento y descubrió como nuestra mente puede crear conceptos distintos a lo que ve el ojo, este es conocido también como la Gestalt y el fenómeno de Phi,

este se debe a que nuestra mente guarda durante un breve instante de tiempo cada imagen que visualizamos. Este efecto se denomina Persistencia retiniana. (Rubio, R. 2006 Pág. 133).

"El lenguaje audiovisual moviliza la sensibilidad antes que el intelecto"

Nuestra mente crea movimiento cuando ve más de dieciocho imágenes por segundo, dentro de los audiovisuales se utilizan Frames por segundo, estos parámetros se han establecidos según su utilidad en los medios digitales bajo los fundamentos del fenómeno de Phi. (Moya, M. (2012).

Frames Per Second o Frames por segundo, es la frecuencia en la que un dispositivo produce imágenes consecutivas llamados cuadros.

El término se aplica igualmente para cine, vídeo, gráficos por ordenador y captura de movimiento. Velocidad de cuadro es más a menudo expresada en fotogramas por segundo y se expresa también en exploración progresiva. En la elaboración de audiovisuales se manejan 24, 25, 30 Frames por segundo según sea su propósito. (Calibración HD, 2016).

Los Frames por segundo se clasifican según el medio por el que se difundirá el film:

1. High Frame Rate: es utilizado en películas cinematográficas, el tipo de trama utilizado para cámaras de película ha sido por lo general 24 fotogramas por segundo.

La televisión funciona a 25 o 30 cuadros por segundo con exploración entrelazada hasta la llegada del formato 720p (HDTV), utilizando 50 o 60 fotogramas por segundo.

Utilizar una mayor velocidad de fotogramas que 24fps para la función de las imágenes en movimiento y velocidades superiores a 30fps para otras aplicaciones, ha sido una tendencia emergente en el siglo 21.

2. Veinticuatro Frames utilizado para video estándar publicados en YouTube, Vimeo u otras plataformas.

3. Cine Mudo 18-24 Frames.

4. Interpolados de 300fps junto con otras velocidades de cuadro altas han sido probados por la BBC para su uso en transmisiones deportivas. 300fps se pueden convertir a 50 y 60 FPS de transmisión sin problemas importantes. (Mañas, M. 2012).

La medida de un fotograma en una película varía dependiendo del formato de ésta. Cuanto más grande es el fotograma, más aguda resulta la imagen sobre la pantalla de proyección.

La calidad que con la que trabajamos influye en los resultados del audiovisual, la cantidad Frames utilizados según el tamaño y el propósito, son pilares en la ejecución y producción.

Algunas producciones 24p, especialmente aquellas hechas sólo para NTSC de televisión y distribución de vídeo (por ejemplo, en Canadá o EE.UU.), en realidad tienen una frecuencia de cuadro de 29,97/30 Frames o 23.976frame/s. Muchos usan el término “24p” como una abreviatura para esta velocidad de fotogramas. (Calibración HD).

Según Rafael Gómez Alonso (2001) en el libro Análisis de la estética audiovisual (Pág. 17), la experiencia estética surge de la propia contemplación de las imágenes. Cada individuo puede percibir la realidad de la imagen puesta en escena según su interpretación.

Para que el receptor decodifique los elementos dentro de la estética audiovisual, previamente ha recolectado ciertos conocimientos a lo largo de su vida, y esto le lleva a una conclusión según su cultura visual. Si queremos que el grupo objetivo seleccionado comprenda el mensaje, es vital incluir iconos visuales que correspondan a su cultura y elementos visuales.

Los audiovisuales funcionan porque muestran elementos de la realidad que pasa dentro del entorno del usuario, si estos no lo mostraran, el usuario los evitaría porque no se siente identificado con la pieza; esto no quiere decir que no se puedan involucrar elementos nuevos e innovadores, al contrario, se trata de utilizar los elementos en favor del contenido que se está mostrando.

A la estética audiovisual se le atribuye, gracias a signos, códigos y símbolos visuales y sonoros, aquellos rasgos singulares (signos de identidad - códigos sociales) que identifiquen a un grupo social determinado, a un personaje en especial, a una cultura específica, dotando a la producción audiovisual de un tratamiento estético y de un sentido, los cuales deben estar en concordancia con las características culturales del grupo seleccionado, al cual se desea llegar.

Para esto se desea crear un sentido y una lógica que cada grupo creativo crea en el momento de realizar la producción del audiovisual, respondiendo a pautas y premisas creativas en un estilo visual y sonoro específico o lo que se conoce como una estrategia simbólica (propuesta estética, de arte o tratamiento).

Esta propuesta o estrategia simbólica no se debe dejar al azar, sino que se corresponde con unas intenciones creativas que permiten la creación y producción de un sentido determinado, teniendo en cuenta el impacto (sensorial, emotivo y racional) que se busque producir en el grupo seleccionado.

Además del impacto sensorial también se debe tomar en cuento aspectos semánticos como la denotación y connotación en el film.

La denotación que es la representación visual o el significa propio del lenguaje como solemos encontrar en un diccionario, la connotación por su parte es la representación subjetiva de la realidad de cada individuo, por ejemplo, si hablamos de un perro puesto en escena la denotación es animal doméstico o canino, sin embargo, dependiendo del contexto la connotación puede ser “Chucho”.

Según Bernard F. Dick (1981): “Es el sonido que se origina en la imagen, es el género con el que estamos familiarizados”.

La sonorización asincrónica es más imaginativa que la sincronía, permite a los realizadores de un film remplazar el sonido por una imagen, los faculta a contrastar el sonido y la imagen, estimula a yuxtaponer sonidos e imágenes que normalmente no ocurrirán al mismo tiempo. (Bernard F. Dick, 1981, Pág. 12).

El sonido puede remplazar un personaje, un lugar, la voz de un personaje que no esté en escena.

No existe film o audiovisual sin sonido, en la antigüedad el cine mudo, aunque no poseían diálogos, se trabajaba con música y sonido de fondo en los momentos importantes de la trama o simplemente el acompañamiento del personaje o elemento como ambientación y la indicación de la acción.

Asimismo la iluminación refleja la profundidad de campo, la sensación de tridimensionalidad a los objetos, ya que genera tamaño, perspectiva, distancia, realce, forma y textura que lo caracteriza.

Según Moya, M. (2012). “Las luces son después de la cámara, el segundo elemento creador de la expresividad de la imagen”.

La iluminación es uno de los elementos más importantes en ejecución del audiovisual, ya que esta va a connotar en el espectador la información que se desea, por ejemplo, si utilizamos pequeñas cantidades de luz en un ambiente oscuro, el espectador puede percibir que es una escena de misterio o de terror, en cambio si se utiliza una luz más dura y blanca no da esa ilusión, sin embargo existen casos en los que estás guías pueden ser omitidas utilizando los elemento al favor del mensaje que se desea transmitir.

Puede expresar sutileza del personaje, el argumento y el escenario. Para utilizar la iluminación hay que manipular principalmente high-key, luz clave, acompañado de otros 5 tipos de iluminación. (Dick B. 1981, pág. 15).

Para implementar la iluminación se debe revisar el guion técnico del audiovisual, este nos guiará al utilizar los tipos de iluminación; tomando en cuenta la intensidad, los contrastes, la perspectiva, el realismo o naturalidad, sombras injustificadas, entre otros.

Luego de revisar los ajustes técnicos se tiene la oportunidad de resaltar y ocultar elementos, definir colores, el ambiente, tamaños y texturas, mostrando los elementos que juegan un papel importante en el film.

Al utilizar los tipos de luz correctos también le da realce al audiovisual, entre estos podemos encontrar: luz dura y luz suave.

"La luz dura no depende de su intensidad sino de su concentración en un punto determinado". (Moya, M. 2012).

La luz dura se utiliza cuando la finalidad es del uso de contrastes, las sombras definidas, y los contornos perfilados para darle realce al rostro y sus expresiones faciales, y para detalles en objetos.

En relación a la dirección de la luz nos referimos a el ángulo o posición de la fuente de iluminación con la que se proyecta la luz al objeto o al personaje.

LA INCIDENCIA DEL
DISEÑO AUDIOVISUAL EN LA PARTICIPACIÓN DE JÓVENES

Los jóvenes están acostumbrados a los medios digitales y su implicación dentro de los audiovisuales, es un hábito común, esto es una ventaja para los medios de comunicación visual que buscan generar acciones positivas de trascendencia.

El pan diario de los jóvenes de la actualidad son los medios digitales, las generaciones del siglo XXI crecen con el conocimiento tecnológico, impartido en sus centros educativos o por tendencias de la juventud

Según Jesús Bermejo "Los jóvenes viven hoy en una cultura multimedia donde los contenidos a los que acceden y hacen circular a través de diferentes dispositivos tecnológicos audiovisuales, forman parte de su educación informal".

Pacheco, R. (1999). Concluye un resumen sobre su opinión de los medios digitales:

> Los medios audiovisuales ejercen una importante influencia en el desarrollo de los procesos emocionales y de identificación. En este sentido, se analiza la evolución del concepto de atractivo físico desde la infancia a la adolescencia y la importancia de este factor en los procesos de identificación con los personajes de las pantallas audiovisuales, así como en la capacidad de éstos para persuadir a los espectadores más jóvenes.

En relación con los procesos de identificación, los más pequeños desean parecerse y estar más cercanos a aquellos personajes que son más atractivos, mientras que los jóvenes varían su respuesta en función de la actividad que se les señala.

Estos datos apuntan la importancia de conocer el medio para diseñar el guion y el proceso de producción en audiovisuales y medios digitales que contrarresten los efectos persuasivos del mismo.

Los medios de comunicación tradicionales no impactan de igual manera que un audiovisual, han quedado en parte del pasado, por otro lado, los medios se identifican con los jóvenes, mostrándoles lo que desean ver en el momento que deseen verlo.

Los medios digitales muestran su contenido de manera personal, hacen que el contenido sea propio en cada individuo, y pueden hacer sentir más importante al receptor.

El utilizar estas tecnologías como herramienta para reforzar o reafirmar una idea en la mayoría de los casos es eficaz, y a su vez, puede provocar reacciones positivas; así mismo la implementación de un video persuasivo puede cambiar la perspectiva del espectador.

Los jóvenes ocupan su tiempo, viendo material en redes sociales e internet, porque no requiere de esfuerzo y sacrificio, mientras que leer un libro, visitar la biblioteca, realizar entrevistas u otro medio de información resulta ser más agotador y aburrido que observar los resultados.

La implementación de los audiovisuales ante los jóvenes debe involucrar, imagen, sonido, transiciones, usos de elementos que su cultura visual pueda darle seguimiento en la narración de la historia.

Según Pandora´s Box, (2007): "Los audiovisuales facilitan una mayor y más rápida comprensión e interpretación de las ideas. La eficiencia de los medios audiovisuales en la enseñanza se basa en la percepción a través de los sentidos". Además de ser sencillos y de fácil manejo deben cumplir con transcendencia de tal modo que ocupen un lugar ante los sentidos.

Parafraseando a Tomás A. (2009) los audiovisuales pueden ayudar a desarrollar capacidades y actitudes en jóvenes, porque exigen un procesamiento global de la información que contiene.

Asimismo, los medios audiovisuales también incluyen todos los medios que pueden usarse en demostraciones de forma directa, por ejemplo: publicaciones en redes sociales que frecuente el grupo objetivo (Facebook, YouTube, Vimeo,

etc.), post de televisión en canales y horarios adecuados, en conferencias o exposiciones estratégicas, etc.

Basándose en los aportes de Marketing directo (2013) se determina que la atención de los usuarios se comparte entre la televisión y otros dispositivos. El 51% de los internautas afirma utilizar otro dispositivo (ordenador, móvil inteligente o tableta) de manera habitual cuando está viendo la televisión.

Según estudios de tendencias en los medios digitales realizado por Rodrigo Orellana (2016) el video representará el uso de la mayor parte del tráfico de internet en el mundo:

Las redes sociales como Facebook y Twitter han estado introduciendo más y más características para mejorar el consumo de vídeo, como la crucial característica de "reproducción automática de vídeo", y Facebook, por otro lado, ya se consolida como el nuevo "Youtube".

Es por ello que Cisco proyecta que, en el año 2016, el vídeo representará cerca del 70% de todo el tráfico de Internet generado en el planeta. Cada vez los jóvenes prefieren los videos, evitan los textos largos y cargan video en redes sociales, como en las antes mencionadas.

Para cargar videos en las redes, los jóvenes reconocen contenido y códigos visuales que interpretan para delimitar si verán o no un material. Si el contenido les parece relevante, interesante o atractivo sin duda lo reproducirán. En los audiovisuales no puede faltar el sonido y efectos que acompañan la narración, estos le añadirán valor, confianza y credibilidad al audiovisual.

Martínez y Lazo (2011) definen: "En la música se elimina la espacialidad en general".

El sonido y la música tiene la capacidad de transportar al receptor en la realidad puesta en escena; para los jóvenes la música y los efectos sonoros son vitales dentro de las piezas que visitan. Si el audiovisual tiene sonidos rápidos y puntuales, puede transportar al individuo a una escena de acción, por el contrario, si la música es más suave, el cortometraje podrá ser de suspenso o de tristeza.

Martínez y Lazo (2011) describen: “El sonido pone en movimiento al sujeto. Aparece una primera identidad del sujeto, muy simple: el sujeto en cuanto está en movimiento, sin más es una identidad abstracta”. Para que el sonido y el individuo se identifique con el sonido, se necesita la unidad.

Por ejemplo, en la aplicación de sonidos en un cortometraje de drama y suspenso, no es necesario mostrarle al joven un bosque oscuro, si se colocará un fondo negro y sonidos que posee la naturaleza en suspenso, automáticamente el receptor se transporta en la realidad del bosque.

Martínez y Lazo (2011) describen: “El sonido ya está mediado por la interioridad. El sonido es el material de la música, pero a diferencia de la vista, cuando se contempla deja los objetos en su exterioridad”.

Además de lo exterior, también puede identificar los sentimientos de los jóvenes por medio de los sonidos, aplicando musicalización según su cultura musical. Los sentimientos es lo que define la experiencia, si el audiovisual no incentiva o transmite un sentimiento que lo identifique con el espectador, es muy difícil que trascienda y logre que el usuario comparta su experiencia con otros. Lo que hace especial a los medios digitales, es la interactividad que le presentan a los usuarios representan. Facebook en una de las redes más influyente en la actualidad, posee diferentes habilidades que los jóvenes aplican sin restricciones, estas acciones muestran respuestas de aceptación en los usuarios. Pero lo que hace especial este medio de comunicación es la identidad que le permite crear al usuario.

Por medio de las publicaciones en el perfil del usuario, grupos secretos y Fanpage que estén dentro de la plataforma, muestran contenido que conforma una estrategia, por medio de clasificaciones de intereses y gustos personales. Los jóvenes disfrutan compartir sus sentimientos y experiencias en estas redes de dominio público.

Obgilvy (1984:112) describe que “la nemotécnica define los recursos visuales que se repiten durante un largo período, de esta forma, puede ayudar a identificar una marca y recordar al público su promesa”.

Capítulo 5

Definición Creativa

BRIEF CREATIVO

Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

INSTITUCIÓN:

Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

¿A qué se dedica?
Brinda servicios sociales, deportivos, religiosos y educativos para el desarrollo de la comunidad y sus habitantes.

GRUPO OBJETIVO:

¿Cuál es la característica principal del grupo objetivo?

- Jóvenes y jóvenes adultos de género femenino y masculino de 15 a 25 años de edad.
- Residentes del municipio o con algún interés dentro del mismo.
- Es una población juvenil y su nivel de escolaridad en un gran porcentaje corresponde a: Nivel diversificado y estudiantes universitarios.
- Realizan actividades recreativas compartiendo experiencias con sus amigos y conocidos en redes sociales, utilizando dispositivos móviles (Celular, Tablet) con los cuales pueden comunicarse y navegar por Internet.

¿Cómo percibe a la institución?
Una organización con la meta fijada en el crecimiento personal y grupal de cada individuo que se relacione al municipio de San Lucas Sacatepéquez.

Sin embargo los jóvenes y jóvenes adultos no poseen una percepción positiva de la institución, muchas veces responden comentarios desfavorables acerca de posibles proyectos y/o actividades que se desarrollan en favor de ellos.

Los jóvenes la consideran como un movimiento aburrido y poco atractivo ante sus intereses.

¿Cómo se puede llegar a ellos?
Las redes sociales suelen ser un medio más accesible para el grupo objetivo, con un contenido juvenil o algún elemento relevante que posean en común.

- **SOBRE EL ENTORNO O CONTEXTO:**
¿Qué tendencias o cambios afectan el trabajo de la institución?
La reacción de los habitantes ante cada proyecto planteado.

¿Qué función desempeña la institución en la sociedad?
La organización emprendedora que busca el crecimiento personal de su comunidad en un bien común. Realizan cada proyecto y/o actividad según el departamento asignado a cada tarea, por ejemplo: departamento de planificación, relaciones públicas, Oficina Municipal de la Mujer, departamento de policía, entre otras.

- **SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:**
¿Hay parámetros establecidos por la institución a nivel de comunicación institucional?

Actualmente no existen parámetros establecidos.

¿Qué está el cliente tratando de comunicar y por qué?

La institución está consiente de la falta de participación de jóvenes dentro de sus proyectos, por lo tanto la institución busca la manera de llegar a ellos para que este sea un factor que no se repita en futuros eventos. El objetivo de mejorar la comunicación visual surge a la necesidad de responder a los principios de la Municipalidad que son el buscar el crecimiento personal de los habitantes del municipio,

- **GESTIÓN DEL PROYECTO:**
¿Cuál es la dificultad a resolver?

La municipalidad de San Lucas Sacatepéquez tiene diversos proyectos con enfoque a los jóvenes del municipio, en los cuales, la comunicación visual de los planes de trabajo no ha logrado persuadir a la población juvenil a participar en dichos proyectos.

¿Cuál es el propósito del proyecto de diseño? ¿para qué se hace?

Con el proyecto de comunicación visual se pretende motivar e influenciar a cada joven para que participe y trabaje en favor de su municipio. Siendo influencia en ellos para que

compartan sus ideas y experiencias en su contexto, logrando enriquecer los proyectos de su municipio.

¿Cuál es el área que se va a abordar desde diseño?

El diseño digital y multimedia ocupa el principal pilar del proyecto, cada pieza puede ocupar un espacio de oportuno para comunicar e influenciar al grupo objetivo y su contexto.

¿Cuál es el tono de comunicación?
Mejorar la comunicación visual con tono: informativo, servicial y de motivacional.

REFERENCIAS VISUALES

Diseño gráfico

- **Comic: Jóvenes emprendedores**
  Fundación Bertelsmann.

  http://trazosenelbloc.blogspot.com/2010/03/jovenes-emprendedores-sociales-se.html

Video: Somos uno
Jóvenes Guatemala

https://vimeo.com/101758975

Web: Material digital
Jóvenes x Guatemala

http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/jovenes-por-guatemala-denuncia-usurpacion

ESTRATEGIA DE PIEZAS DE DISEÑO

Para delimitar las características y la estrategia de la pieza visual se describen las siguientes interrogantes:

Indicador	
¿Qué? Contenido	Motivación: Identidad, unión, servicio y pertenecía. Información: -Cursos (idiomas, arte, danza, música). -Transporte USAC. -Eventos culturales (arte, música, danza, recreación, etc.). -Voluntariados (reforestación, cuidado del medio ambiente).
¿Para qué?	Informar a jóvenes de San Lucas Sacatepéquez sobre la información más relevantes de las actividades planeadas por la Muni. Crecimiento académico personal y comunitario.
¿Con qué?	Piezas de diseño gráfico elaboradas por el estudiante de Proyecto de graduación (por ejemplo: infografía, videos, gifs, post en redes sociales, etc.)
¿Con quiénes?	Población de jóvenes, personal de la municipalidad, capacitadores, comunidad san Luqueña.
¿Dónde?	• Academia de Arte. • Desfiles • Redes Sociales • Voluntariados • Muni
¿Cuándo?	• Cursos de la académia de arte • Cursos de académia de deportes. • Uso del bus USAC • Elaboración durante el 10mo. semestre de diseño gráfico.

FUNCIONALIDAD DE LA PIEZA

Para aplicar elementos informativos dirigidos a la población de jóvenes de San Lucas Sacatepéquez se delimitaron las ventajas y desventajas de materiales y su funcionalidad para proyectar la información al grupo objetivo.

	Ventajas	Desventajas
Infografía	Tiene la capacidad de transmitir la información detalla. Se puede desarrollar uno por cada tema o departamento de la Municipalidad, dirigida a los jóvenes.	La información no puede ser compartida a varias personas. Costos de impresión. El material se puede dañar
Material Multimedia	El Material Multimedia tiene capacidad de ser difundido por medio de plataformas de Internet de manera gratuita para los usuarios. Permite mostrar a los usuarios el contenido en tiempo personalizado. El material multimedia presentan contenido en tiempo concreto. La Municipalidad puede proyectar estos materiales en: • Programas de TV Muni. • Proyección en sus redes sociales y sitio web. • Proyección en diplomados y capacitaciones internas.	La publicidad en plataformas como YouTube al inicio de un video. El tiempo del material debe ser adecuado, de lo contrario se perderá la atención de espectador.
1 Minuto...	El contenido es Corto y presenta información concisa. Mantiene la atención durante el tiempo	
5 Minutos	El contenido es generalizado, presentando la información básica de los departamentos.	Se pierde la atención de los jóvenes durante un largo tiempo de reproducción.

Concepto Creativo

El concepto creativo ayuda a encontrar soluciones gráficas para el desarrollo del proyecto, plantear las líneas o criterios de diseño gráfico.

Para plantear el concepto creativo se realizarán tres técnicas creativas:

1. Lo más lejano y lo más cercano
2. Relaciones forzadas
3. Es.. tan..que

Los resultados de cada técnica serán evaluados por medio de la funcionalidad, identificación con el gripo objetivo y el nivel de soluciones gráficas que se trabajaran hasta concluir con la toma de decisión final del concepto creativo.

Partiendo del concepto se definen premisas de diseño previas al bocetaje que puedan plasmarse gráficamente dentro del proyecto. Será utilizado como punto de partida para desarrollar piezas gráficas y su funcionalidad.

Insights

Se realizaron entrevistas con el grupo objetivo, y se observaron las frases que utilizaban durante la charla. Algunas de ellas son:

1. Nadie me entiende mejor que mis amigos.
2. Vamos a Chamusquear.
3. Soy imparable.
4. No tengo límites.
5. Entre cuates nos entendemos.
6. Somos la mera “Tos”.
7. Vivos ps
8. Buena onda mucha
9. En todo momento me la paso bien.
10. Muchá pónganse las pilas.

RESULTADOS

Nadie me entiende mejor que mis amigos.
No tengo límites
Vivos PS

Potencialidad del Insight

Luego de en listar los insight propuestos se evalúan los insights atractivos y funcionales.

"Nadie me entiende mejor que mis amigos"
Entre jóvenes y amigos es más fácil de entenderse, el momento y las vivencias en común, hace que se comprendan mejor.

Indicadores	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El insight se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?		X
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	8	

"No tengo límites"
En cada momento y oportunidad no hay que limitarse sino dar lo mejor de si mismo.

Indicadores	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El insight se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?	X	
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	9	

"Vivos Ps"
Hay que trabajar duro y estar atentos de lo que pasa alrededor.

Indicadores	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El insight se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?		X
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	8	

RESULTADO 1

"No tengo límites"

En cada momento y oportunidad no hay que limitarse sino dar lo mejor de sí mismo.

Concepto Creativo

Para obtener el concepto creativo se implementaron técnicas creativas de conceptualización, con las cuales el proceso es el siguiente:

TÉCNICA #1

Voluntarios
Videos
Entretenimiento
Necesidades
Tiempo
Relaciones
Amistad
Reloj
Música
Blanco y Negro
Colores Neón
Juegos
Libros
Revistas
Rallyes
Agua
Fuego
Atreverse
Tecnología
Inglés
Mundos
Códigos
Saltos
Movimientos
Pelota
Estadios

Explorar
La voz
Instrumentos
Naturaleza
Plazas
Audífonos
Móviles
Gritos
Saltos
Fuerza interior
Altura
Perspectivas
Amistades
Moda
Pañuelos
Danza/baile
Partidos
Concursos
DJ
Experiencias
Adolescentes
Riesgos
Sociales
Conciertos
Fácil- complejo
Curvas- Movimientos
Círculos
Voluntad
Carácter
Líderes
Actitud
Realidad
Films
Redes sociales
Curiosidades

TÉCNICA #2

Geometría
Retos matemáticos
Lectura
Oscuridad
Realidad
Opuestos
Temblor
Catástrofes
Dinámico
Quietud
Formas geométricas
Cuadrados
Líneas rectas
Líneas paralelas
Saturación de color
Personajes adultos
Frames
Luz amarilla
Clásico
Drama
Subconsciente
Realidad -Real
Yuxtaposición
Música contemporánea
Mimos
Magia
Imagen
Formalidad
Sobrexposición
Mal encuadre
Rendirse
Desenfoques
Barranco
Grietas
Vidrios quebrados
Lodo
Arrugas
Joroba
Bastón
Autos clásicos
Teléfono antiguo
Cartas
Telegramas
Gris

SINÓNIMOS

-Yuxtaposición: unión, reunión, amalgama.
-Opuesto: encontrado, contradicción, inverso.
-Realidad: contexto, entorno, medio, escenario.
-Paralelo: Semejante, similar, análogo, equivalente.
-Geometría: analítica, escala, plano, medidas.
-Miedo: sospecha, turbulencia, opresión, pavor.

RESULTADOS

Realidades Opuestas
La magia de la geometría
Catástrofe Geométrica
Líneas paralelas

Luego de la selección de palabras de la técnica de conceptualización No.2 se implementó la técnica de Relaciones Forzadas, en la cual se unen varias palabras con el fin de encontrar una frase creativa.

TÉCNICA #3
RELACIONES FORZADAS

- Realidad de otro planeta
- Yuxtaposición de encuadres
- Catástrofes geométricas
- Retos geométricos
- Lo opuesto de rendirse
- Realidades paralelas
- Subconsciente dinámico
- Miedos desenfocados
- Grietas paralelas de la realidad

RESULTADOS

-Realidad de otro planeta
-Realidades paralelas
- Realidad Combinada
-¿Lo opuesto de rendirse es?

TÉCNICA #4 –ESTANQUE

Con ayuda de palabras claves y sinónimos, se desarrolló la técnica estanque.

- Participar es tan emocionante que ayuda a otras personas.
- Los jóvenes son tan dinámicos que cambian su entorno con su esencia.
- El miedo no es tan poderoso que nosotros mismos.
- Somos tan jóvenes que el San Lucas empieza a conocer de lo que somos capaces.
- No hay obstáculo tan grande que no se pueda vencer.
- Unidos somos más por San Lucas.

RESULTADOS

Unidos somos más por San Lucas.

POTENCIALIDAD DEL CONCEPTO:

Luego obtener los posible conceptos, se evaluaron los siguientes parámetros:

"Catástrofes geométricas"
Romper sistemas monótonos y esquemas de la sociedad, el concepto transmite el cambiar de actitud y tomar la decisión de nuevos retos.

	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?	X	
¿Es fácil de entender?		X
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El concepto se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?	X	
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	9	

"Unidos somos más por San Lucas"
La población unida puedo causar mayores beneficios, los jóvenes incrementan las posibilidades al contribuir en su municipio.

	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?		X
¿Es fácil de entender?	X	
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El concepto se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?		X
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	8	

"¿Lo opuesto de rendirse es?"
El miedo no es tan poderoso que nosotros mismos
Lo opuesto es nunca dejar vencerse por el miedo y
la zona de confort.

	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?		X
¿Es fácil de entender?		X
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El concepto se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?		X
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	7	

"Realidad combinada"
Se trata de comparar y combinar dos puntos de
vista, la realidad se puede construir, con el aporte
de la voluntad y la actitud.

	SÍ	NO
¿Genera un sentimiento?		X
¿Es fácil de entender?		X
¿Se relaciona con una característica del GO?	X	
¿El concepto se aplica a la mayoría de GO según la observación e investigación realizada?	X	
De 1 a 10 ¿Qué tanto se relaciona el insight al proyecto?	9	

RESULTADO

Luego de comparar la potencialidad de los conceptos propuestos, se llega al resultado de los siguientes concepto:

“Catástrofes geométricas”

1 Romper sistemas monótonos y esquemas de la sociedad, el concepto transmite el cambiar de actitud y tomar la decisión de nuevos retos.

“Realidad combinada”

2 Se trata de comparar y combinar dos puntos de vista, la realidad se puede construir, con el aporte de la voluntad y la actitud.

PREMISA DE DISEÑO

concepto #1

Catástrofes geométricas.

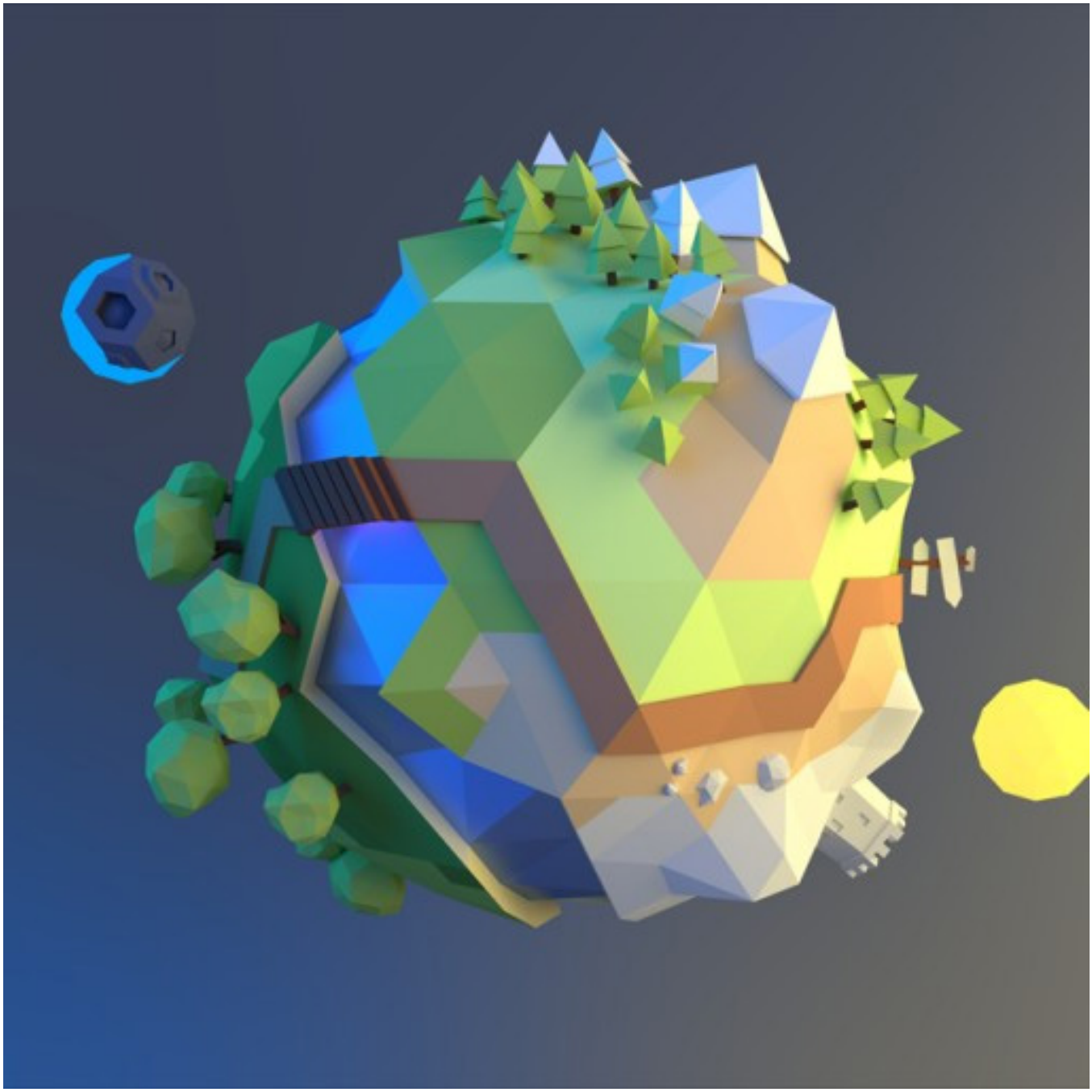
Premisa tipográfica:

Tipografía bold con trazos descontinuos.
Tipografía con trazos solidos

Premisa Cromática:

Premisa de formato:
Tamaño 1280*720
Difusión en redes sociales
Premisa icónica-visual:
Iconos geometricos: Triángulos y cuadrados
Primer plano de personajes.
Técnica: Low Poly
Premisa lingüística: Informativo-Motivacional
Premisa de diagramación (Encuadres y Planos):

Plano detalle
Plano general
Primerísimo primer plano
Plano medio corto
Plano de figura
Plano cenital
Plano Picado
Plano frontal



https://blog.creatingweb.es/2015/07/27/diseno-low-poly-y-jona-dinges/

PREMISA DE DISEÑO

concepto #2

Realidad combinada

Premisa tipográfica:
Tipografía bold con transiciones.

Premisa Cromática:

Premisa de formato:
Tamaño 1280*720
Difusión en redes sociales

Premisa icónica-visual:
Siluetas de jóvenes
Línea diagonal-45 grados
Línea Vertical- horizontal
Técnica: Doble exposición

Premisa de diagramación (Encuadres y Planos):
Plano detalle
Plano general
Primerísimo primer plano
Plano medio corto
Plano de figura
Plano cenital
Plano Holandés
Plano frontal

http://blog1a.com/tus-artistas-favoritos-se-hacen-realidad-en-los-dibujos/

http://www.blogdehumor.com/dibujos-de-realidad/

Capítulo 6

Producción gráfica

1

Nivel de visualización

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 1

Producción gráfica y evaluación de alternativas

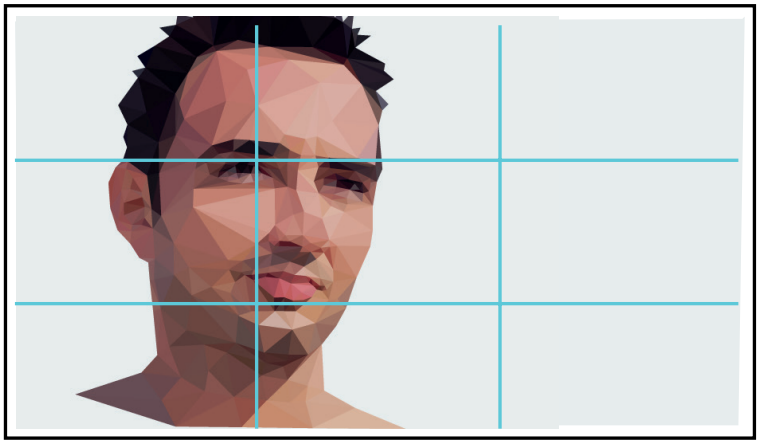
A continuación se encontrará el bocetaje del nivel de visualización 1 en base a los conceptos seleccionados previamente y las respectivas premisas de diseño.

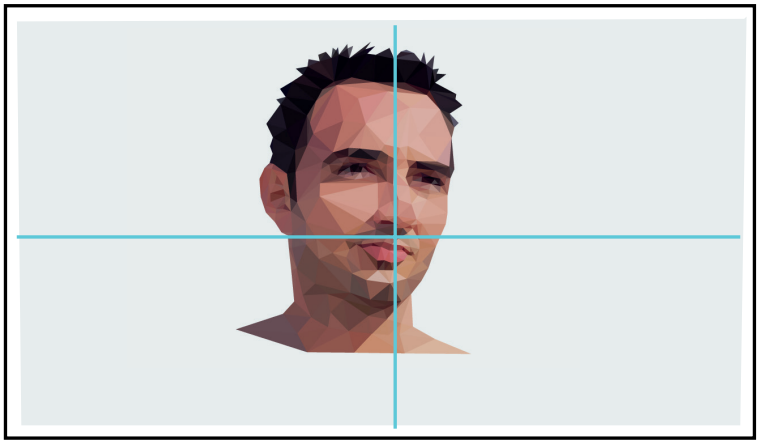
Concepto #1
Catástrofe geométrica

Propuesta 1

Diagramación:
Regla de tercios, enfatizando en los puntos de atención: superior izquierdo e inferior derecho.

Además se realizará uso de planos simétricos, como elemento visual estable.





Planos

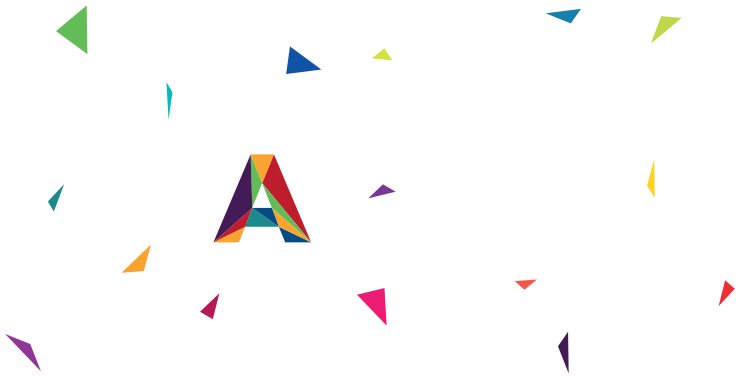
- Primer plano
- primerísimo primer plano
- plano detalle.
- Plano general: Muestra el contexto.

Estos planos permitirán al personaje interactuar sin perder la importancia de la acción que ejecutará.

Animación:

Dentro del texto del titular la animación se realizará en la transición en desfragmentación de figuras dando paso a la legibilidad del titular; para la animación del texto general ser ejecutarán movimientos en cada figura, que dará paso al texto.

Cuando los elementos desaparecen una línea blanca, guía de la técnica low poly.



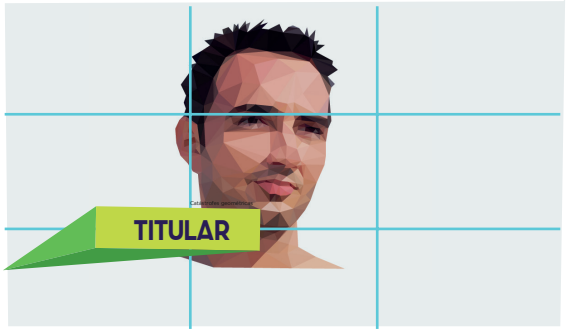
Paleta cromática

Colores sólidos, fríos y cálidos; estos colores representar el sólido de la geometría y los opuestos entre gamas de color. Realza las actitudes que se desean reforzar:
Verde-esperanza y color institucional de la Municipalidad, amarillo- positivismo, azul-emprendimiento, celeste- honestidad, magenta-liderazgo.

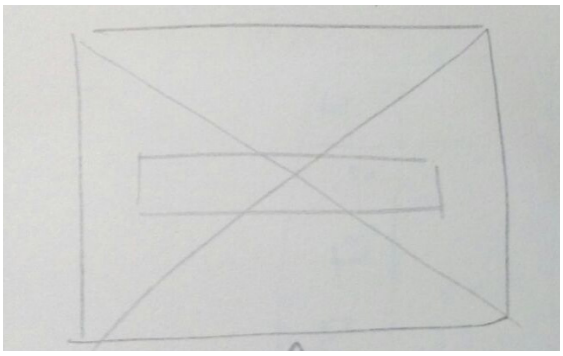
Tipografía

Para titulares se evaluaron distintas familias tipográficas como "**BRIG REGULAR**" y "**DEATH STAR**"; la toma de decisión concluye con la tipografía Brig, dada que la tipografía es geométrica y sólida, que además permite ser legible durante la transición en desfragmentación del texto.

Texto en regla de tercios.



Texto sobre desenfoque.

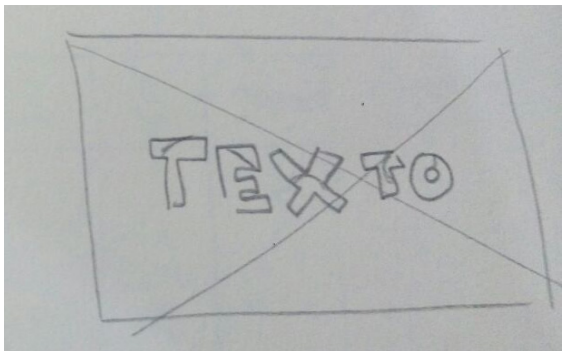


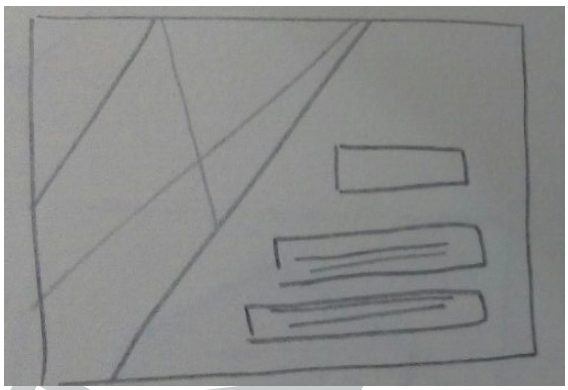
Texto e imagen:

El texto se colocará en uno de los lados de la imagen, permitiendo a la imagen estar dentro de un fragmento.

Texto en low poly.

Imagen dentro del texto



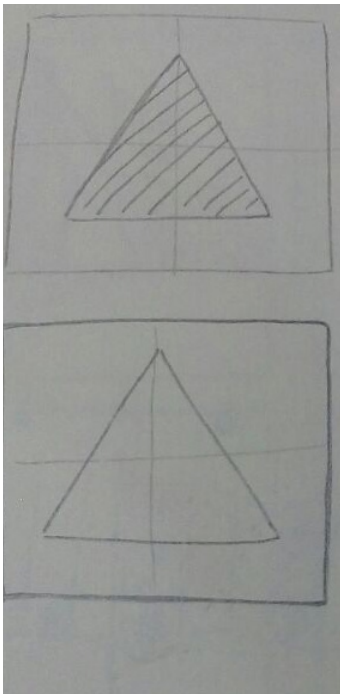


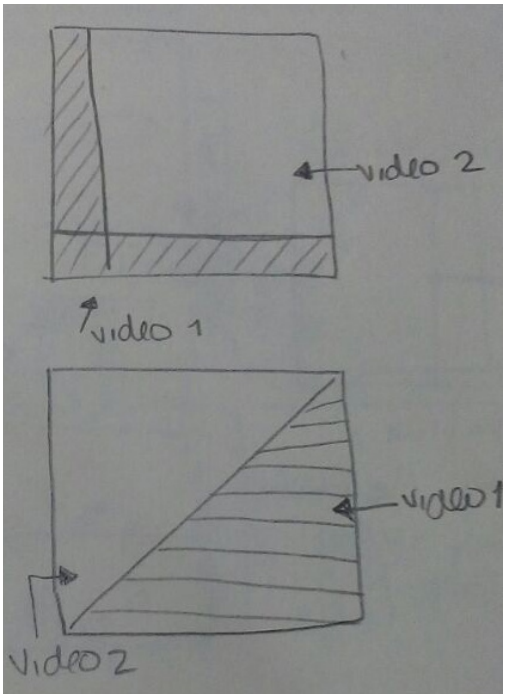
Concepto #1
Catástrofe geométrica

Propuesta 2

Diagramación
Se implementará la regla de tercios y simetría.

Uso de elementos de apoyo (figuras geométricas y líneas rectas).





Planos:
Uso de planos variados que manifiesten inestabilidad dentro del orden:

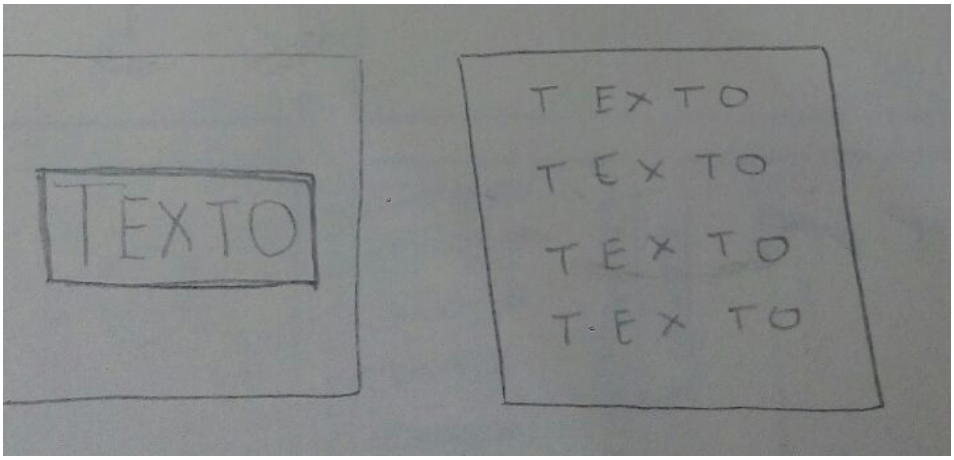
Plano general: Muestra el contexto.
Plano americano, primer plano, primerísimo primer plano, plano detalle.
Plano nadir y cenital: diferentes puntos de vista.

Estos planos permitirán al personaje interactuar sin perder la importancia de la acción, y al mismo tiempo transmite inestabilidad que responde al concepto creativo.

Tipografía

Para titulares se evaluaron distintas familias tipográficas: "**JACK FROST**", "**THE BOLD FONT**" y "**DEATH STAR**"; la toma de decisión concluye con la tipografía The bold fond que es una tipografía palo seco, con buena construcción geométrica.

En el tratamiento tipográfico del texto, se determinó una tipografía palo seco que posea características geométricas, como "**Yu Gothic UI Semilight Semilight**" y "**CorbelBold**", como resultado final se utilizará la tipografía Corbel que transmite confianza y estabilidad en medio de la catástrofe.



TITULAR

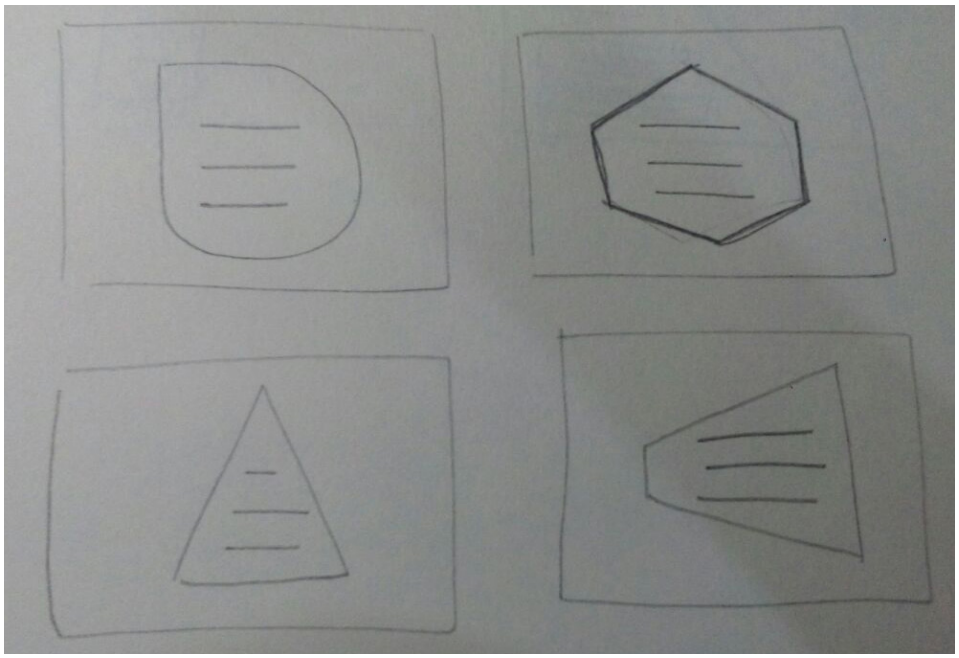
Texto

Busca tu pasión, y el talento te encontrará a ti.

Animación

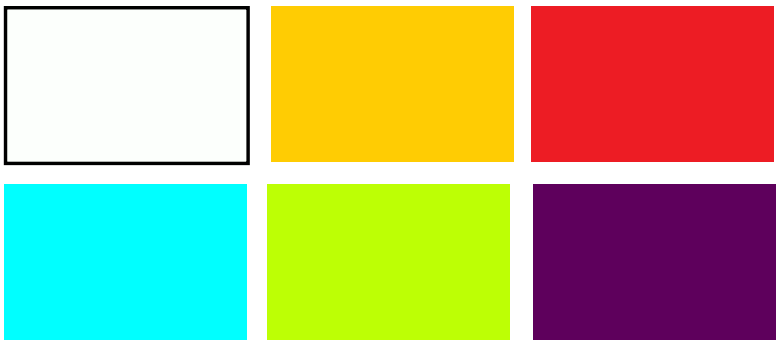
Animación de texto y figuras geométricas, la imagen se integra con las figuras geométricas.

El inicio y fin de la animación de texto se iniciará con líneas rectas y figuras geométricas.



Colores

Colores sólidos, fríos y cálidos; estos colores representar el sólido de la geometría y los opuestos entre gamas de color neon.



Concepto #2
Realidad combinada

Propuesta 3

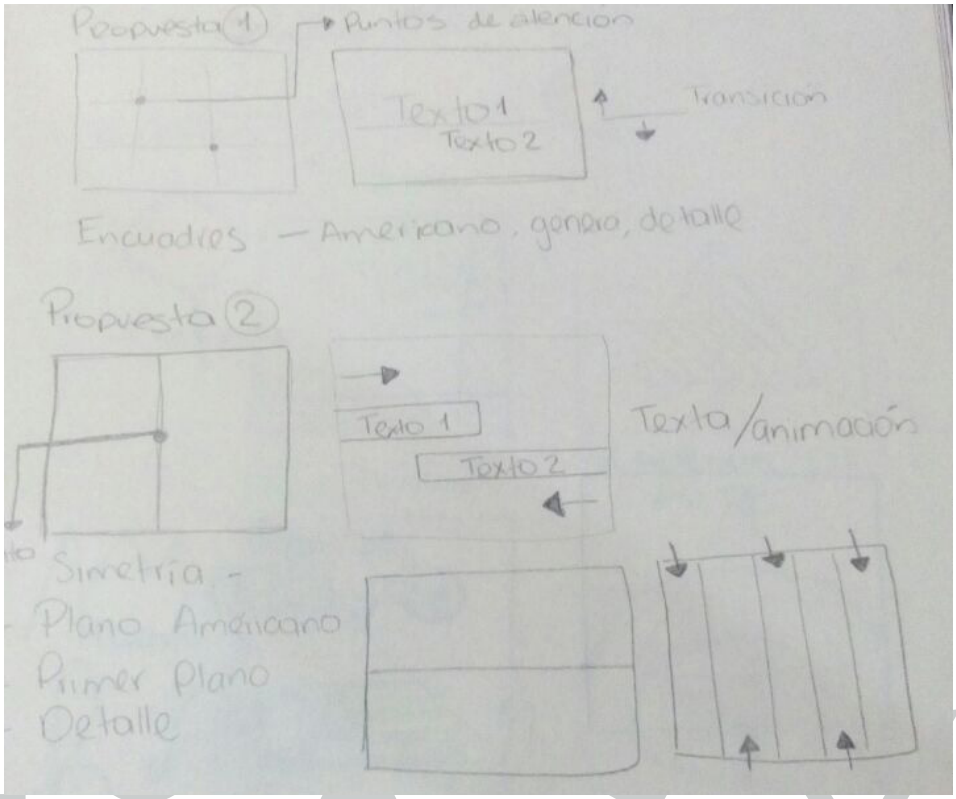
Diagramación
Se implementará la regla de tercios, con puntos de atención.

La animación de los planos involucrará simetría horizontal.

La realidad combinada se aplica con la técnica de doble exposición cuando se unen ambas realidades en un mismo punto.

Planos:
Uso de plano americano, Primer plano, primerísimo primer plano, plano detalle. Cada uno de los planos seleccionados mostrarán la realidad o identidad del personaje.

Estos planos permitirán al personaje interactuar sin perder la importancia de la acción que ejecutará.



Animación

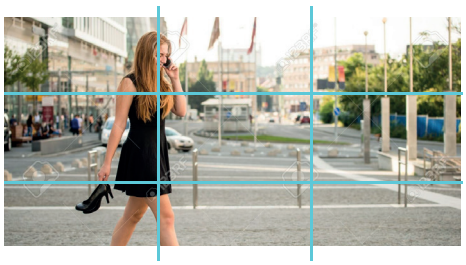
La animación se desarrollará por medio de líneas paralelas que se unen en un punto, dando paso a un nuevo contenido.

Cada concepto se generará con la técnica de doble exposición.

Colores

Los colores aplicados son colores sólidos y análogos que realizan una mezcla entre si:

Imagen en regla de tercios, uso de fondos blancos donde se puede apreciar la imagen interna del video.

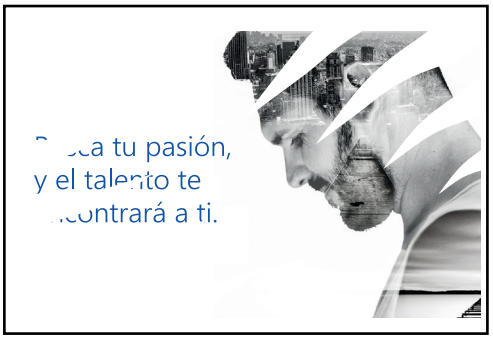


Tipografía

Para titulares se evaluaron distintas familias tipográficas: "**JACK FROST**" y "**GothamBold**"; la toma de decisión concluye con la tipografía The Jack que es una tipografía palo seco, con líneas rectas y se adapta al concepto.

La tipografía aplicada en texto generales, serán implementados en frases, se determinó una tipografía palo seco con facilidad de lectura, como "**Yu Gothic UI Semilight Semilight**" y "**GothamLight**", como resultado final se utilizará la tipografía Corbel que transmite confianza y estabilidad en medio de la catástrofe.

Transición de imagen en líneas paralelas inclinadas.



Transición de imagen en líneas paralelas horizontal y vertical.

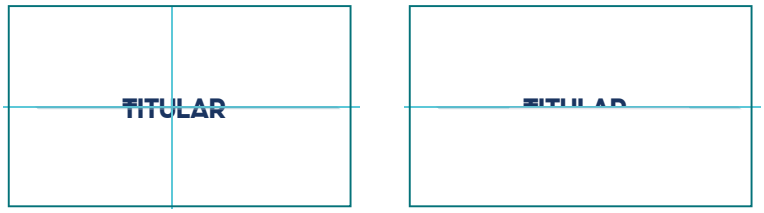
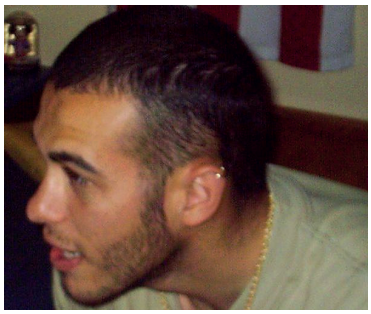


Imagen en yuxtaposición.



Concepto #2
Realidad combinada

Propuesta 4

Diagramación
Se implementará la regla de tercios, con puntos de atención.

La animación de los planos involucrará simetría inclinada y colores solidos. La realidad combinada se aplica con la técnica de doble exposición cuando se unen ambas realidades en un mismo punto.

Planos:
Uso de plano americano, Primer plano, primerísimo primer plano, plano detalle. Cada uno de los planos seleccionados mostrarán la realidad o identidad del personaje. Los planos representan dos situaciones que se unen bajo un objetivo.

Tipografía

Para titulares se evaluaron distintas familias tipográficas: "**JACK FROST**" y "**DIGITALT**"; la toma de decisión concluye con la tipografía Digitalt que es transmite confianza con trazos lineales que representan el concepto creativo.

La tipografía aplicada en texto generales, serán implementados en frases, se determinó una tipografía palo seco con facilidad de lectura, como "**Yu Gothic UI Semilight Semilight**" y "**GothamLight**", como resultado final se utilizará la tipografía Yu Gothic que transmite confianza y estabilidad en medio de la catástrofe.

Texto
Busca tu pasión,
y el talento te
encontrará a ti.

Texto
Busca tu pasión,
y el talento te
encontrará a ti.

Animación

Animación de líneas paralelas que se relacionaran con el texto y titular.
La animación conlleva movimientos lineales en dirección horizontal y vertical sin perder su forma inclinada.

Colores

Los colores aplicados son colores sólidos, primarios y análogos que mantiene un espacio que identifica un contenido de otro.

Guión Técnico

Técnica: Creación de historia./1er Etapa.

Para la elaboración del guión técnico, se desarrollaron distintas ideas narrativas a través de un cuadro de historias y puntos que se involucran en las mismas:

Video 1
Escuela de Arte

Historia	Contenido	Escenarios	Personajes
Perdidos en el arte	Encuentra tu talento Perderse en el bosque es como perderse en la mente.	Bosque Fondos blanco y de colores. Escuela de arte.	Jóvenes Bosque
Zona de Confort	Atrévete a hacer algo diferente.	Fondos blancos Clases de arte	Jóvenes Siluetas Elementos de Arte
Demuestra lo que eres.	Demuestrate a ti mismo de que talento estás lleno.	Calles Tierra Bosque Paisajes	Jóvenes Naturaleza Cielo Basura
Tan Cotidiano	Dónde menos lo esperas, encuentras arte en diferente perspectiva	Calles Clases Blanco Diferentes perspectivas.	Jóvenes en distintos planos.
No dejes que te digan que no puedes	Evita la presión social, se tú y disfrútalo.	Cielo Clases Calles Siluetas	Jóvenes en paralelo con el arte.

Video 2
Medio Ambiente

Historia	Contenido	Escenarios	Personajes
La belleza del mundo y los elementos que lo conforman.	Cuidar el mundo que me rodea y a las personas que en el habitan.	Fondos blancos Bosques Jardines Arreglos florales Cielo	Jóvenes Naturaleza Bosque
El amanecer y el atardecer de la naturaleza	La belleza en cada proceso, no obstaculizar los pasos que conforman.	Fondos blancos Atardecer Amanecer Paisajes	Jóvenes Naturaleza Cielo
La naturaleza no espera.	Actuar y tomar acción pata proteger la naturaleza y el medio en el que habito.	Calles Tierra Bosque Paisajes	Jóvenes Naturaleza Cielo Basura
Yo soy la naturaleza	Cuidar el medio ambiente es como protegerme a mi mismo.	Cielo Tierra Bosque Paisajes Siluetas	Jóvenes en paralelo a paisajes naturales.
Yo prefiero verde	Vivir y proteger en lugar de ensuciar y destruir.	Cielo Tierra Bosque Paisajes Siluetas	Jóvenes en paralelo a paisajes naturales.

Video 3

Oficina Municipal de la Mujer

Historia	Contenido	Escenarios	Personajes
Mujeres con talentos	Encuentra tu talento y explotalo	Fondos blanco y de colores. Actividades de la oficina de la Mujer	Mujeres Expertos Señoritas
Porque no me quedo quieta	Aprendo y crezco cada vez con lo que aprendo	Fondos blancos Clases de arte	Jóvenes Siluetas Elementos de Arte
Aprendo y me muevo en un mundo en competitivo	Soy bella y capaz de aprender y desenvolverme	Detalles de mujeres Fondo amarillo	Detalles de mujeres Esencia femenina
Únicas	Deja huella	Calles Clases	Jóvenes Disciplinas

Video 4

Oficina Municipal de deportes

Historia	Contenido	Escenarios	Personajes
Muévete, no dejes que la rutina te gane.	Decide hacer la diferencia y no acomodarse.	Cancha de basketbol Cancha de futbol	Jóvenes Pelotas Entrenador
Atrévete a ir por la meta	Atrévete a hacer algo diferente.	Clases de deportes Calles Fondos blancos	Jóvenes Disciplinas
¿Cuál es la próxima estación?	Estaciones del deporte	Canchas	Jóvenes Pelotas y herramientas.
Que nada te pare	Correr, Saltar tu identidad	Canchas de juego	Jóvenes Equipos
Entre más, mejor	Estar entre amigos, es lo mejor	Calles Canchas Blanco	Jóvenes Amigos

Técnica: Creación de historia./2da. Etapa.

Con ayuda de las distintas ideas narrativas dentro de cada cuadro en la técnica anterior, se creó el guión técnico de cada audiovisual:

Video 1

Escuela de Arte

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	General	¿De qué talento estás hecho?	Texto	Música	5 seg.
2	Primer Plano	Jóvenes con expresión de duda, pensativos, asombrados, etc.	Fondos blancos Expresiones	Jóvenes Grillo Sonido de duda	5 seg.
	Desplazamiento-movimiento de cámara Dolly.	Visita a la academia Municipal de Arte	Calles Tierra Paisajes	Música	7 Seg.
3	Desplazamiento de cámara.	Jóvenes forman un círculo, con expresión de emoción y nervios.			5 seg.
4	cámara rápida. (Velocidad).	Camino de la Municipalidad de San Lucas a la academia de arte.	Cielo Clases Calles Siluetas		5 Seg.
5	General, detalle, primer plano, plano americano.	Disciplinas de arte. Alumnos y características de las clases de arte.	Desplazamiento de texto e imagen.	Música	30 seg.
6	General	Pon en práctica tu talento.	Texto	Música	5 seg.
7	General	Información institucional.	Logotipos e información institucional.	Música	10 seg.

Video 2

Acciones por la naturaleza

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	General	Jóvenes se reúnen en un punto y comparten ideas para cuidar la naturaleza.	Texto	Música y efectos de sonido (Juego).	15 seg.
2	Plano detalle y primer plano	Joven deja caer semillas. Toma de fotografías.	Texto e imagen.		10 seg.
4	Plano general	Regar las plantas y gozar de la naturaleza.	Texto		7 Seg.
5	Plano americano	Joven goza del medio ambiente y la vista del bosque.	Texto		5 seg.
6	Plano detalle	Toma de fotografías con Smartphone en el juego de la naturaleza.			10 Seg.
7	General.	Muestra las acciones positivas y dinámicas de los jóvenes.	Desplazamiento de texto.		15 seg.
8	Plano detalle y primer plano	Recoger la basura y colocarla en su lugar	Imagen		5 seg.
9	General	Información institucional.	Logotipos e información institucional.		10 seg.

Video 3
Oficina Municipal de la Mujer

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	Detalles	Belleza de mujeres.	Texto: Mujeres	Música y efectos de sonido.	20 seg.
	Detalles	Belleza de mujeres, realzar sus detalles y rasgos que las identifican.	Texto: Inteligentes Hermosas Etc.		
2	Primer plano y plano general.	Chicas en diferentes clases.	Clases en la municipalidad.		30 Seg.
	Plano general.	Jóvenes gozan de las nuevas actividades	Texto luego de la imagen.		
3	Plano general Paneo	Paneo de chicas y sus nuevas habilidades.	Imagen		10 Seg.
6	General	Información institucional.	Logotipos e información institucional.		10 seg.

Video 2
Deportes sin rutina.

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	General	Jóvenes con rutina, dificultades y estrés.	Texto-imagen No dejes que la rutina te gane.	Música y efectos de sonido.	15 seg.
2	Plano detalle y primer plano	Joven deja de seguir la rutina.	Texto e imagen.		10 seg.
4	Plano detalle	Llamada a otros jóvenes.	Imagen		5 Seg.
5	Plano general	Jovenes se reunen, listos para ponerse en movimiento.	Imagen		5 seg.
6	Plano general	Disciplinas del deporte	Fotografías e ilustración.		10 Seg.
9	General	Información institucional.	Logotipos e información institucional.		10 seg.

Técnica: Creación de historia./3ra. Etapa.

Con ayuda de las etapas narrativas dentro de cada cuadro en la técnica anterior, se desarrolló el guión final:

Video 1

Escuela de Arte

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	General	¿De qué talento estás hecho?	Texto	Música	3 seg.
	Primer Plano	Jóvenes con expresión de duda, pensativos, asombrados, etc.	Fondos blancos Expresiones	Jóvenes Grillo Sonido de duda	4 seg.
	Plano general	Vamos a averiguarlo	Texto	Música	3 Seg.
2	Cámara rápida. (Velocidad).	Camino de la Municipalidad de San Lucas a la academia de arte.	Imagen	Música	6 seg.
3	Plano general	Bienvenido a la academia de arte.	Texto.		5 Seg.
4	Primer plano Paneo	Jóvenes	Desplazamiento de imagen.		5 seg.
5	General	Aprende a tu ritmo Todo lo que te gusta	Texto		5 seg.
6	General, primer plano y plano detalle.	Disciplinas de arte: Pintura Teclado Teoría musical (Sol Fa) Guitarra Viento metal Violín Marimba Teatro Danza clásica y contemporánea.	Texto Imagen y transiciones.		30 seg.

7	General	Inscríbete Busca tu pasión	Texto	Música	5 seg.
8	General	Información institucional.	Logotipos e información institucional.		15 seg.

Video 2

Acciones por la naturaleza

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	General	Jóvenes en un entorno natural.	Catástrofe de la imagen. (Fragmentos).	Música	5 seg.
	General Paneo	Naturaleza y texto.	Texto: La naturaleza no puede esperar.	Cambio de música	5 seg.
2	Plano general	Grupo de jóvenes caminando en la naturaleza.	Texto: Necesita de Nosotros.	Música	4 Seg.
	Primer Plano	Jóvenes plantean sus ideas. (Teléfono, semillas, y basura)	Texto: de nuestras Ideas.	Música	5 seg.
3	Plano detalle	Jóvenes tocan y recogen hojas del suelo.	Texto: De acciones que sumen puntos		5 Seg.
4	Primer detalles	Sembrar semillas. Muestra las semillas	Imagen		2 seg.
	Detalles	Deja caer las semillas	Imagen-texto: Sembremos.		8 seg.
	Detalles	Teléfono: Foto por acción 10 pts.	Imagen-texto: 10 pts. Cuidemos		8 seg.

5	General	Descanso Detalles de la naturaleza (Flores, arbustos, etc.)		Música	10 seg.
6	Plano americano	Vista de una chica Antes- sin bosque Después- Bosque con abundancia.	Logotipos e información institucional.		3 seg.
	Plano americano	Foto de acción: 25 Pts. Cuidemos de nuestros bosques.	Texto		6 seg.
7	Primer plano Vista de la rodilla a los pies.	Acción: tirar la basura en la calle.	Texto: En lugar de tirar. Recoger. Acciones: 40 Pts. 55 Pts. 75 Pts. 100 Pts.		3 seg.
	Plano detalle (Basura tirada)	Detalle de la basura en el suelo.			1 seg.
	Plano detalle (Basurero)	Jóvenes recogen la basura de las calles.			10 seg.
8	Primer general.	Jóvenes gozan de sus acciones.	Si la naturaleza gana. Todos ganamos. 100Pts.		5 seg.
	Plano general. Desenfoque.	Jóvenes alegres.			5 seg.
9	General	Información institucional.	Logotipo Información.		10 seg.

Video 3

Oficina Municipal de la Mujer

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	Primer plano	Sonrisa señorita.		Música	2 seg.
	General	Texto.	Texto: Mujeres		3 seg.
2	Primer plano. Primerísimo primer plano. Detalles.	Detalles de señoritas: Ojos Labios Sonrisas	Texto: Hermosas Valiosas Transformadoras Inteligentes.		8 Seg.
3	Plano americano	Señorita arreglando flores.	Texto: Eres bienvenida, en la Oficina Municipal de la Mujer. Aprende lo que te gusta.		10 Seg.
4	Detalles Plano general Primer Plano	Clases de la OMM: Cultivo de Flores Cup cakes Decoración de pasteles Tecnología Pintura Cocina y Técnicas Culinarias Hidroponía Decopage Corte de cabello Arreglos florales Corte y confección	Imagen-texto de cada clase. Transiciones con apoyo de líneas verticales, horizontales y en diagonal.		45 seg.

Video 4

Deportes sin rutina

Escena	Plano	Contenido	Animación	Audio	Tiempo
1	Plano general	Joven cansado y cargado de la rutina.	Efecto Glitch. Distorsión de la realidad.	Música	6 seg.
	General Plano americano	Joven en segundo plano.	Texto: ¿Estás cansado? Estresado Aburrido No dejes que la rutina te gane.		7 seg.
2	Plano americano Paneo	Chico desanimado. Camina sin motivación. Se sienta a ver sus tareas y se siente estresado.	Texto: Cuida tu mente y ponte en movimiento.		15 Seg.
3	Plano americano Plano detalle (Segundo plan)	Llamada Prepararse para movilizarse.	Texto: Bienvenido a la Academia Deportiva		10 Seg.
4	Detalles Paneo en movimiento	Joven inicia a correr	Imagen-texto Diviértete y aprende.		5 seg.
5	General	Disciplinas del deporte: Baloncesto Aeróbicos Zumba Karate Futbol y Futsala Taichi	Imagen-texto		20 seg.
6	Plano americano	Jóvenes se saludan y están listos para iniciar en la academia del deporte.	Imagen		5 seg.
6	General	Información institucional	Logotipo Información.		10 seg.

AUTO EVALUACIÓN

Resultado: Propuesta 2

Toma de decisión:
El concepto seleccionado es el número 1 "Catástrofe geométrica", proporciona buena solución gráfica que se aplica a los objetivos de diseño y de comunicación.

La propuesta de diseño seleccionada es la número dos del concepto 1 "Catástrofes geométricas" identifica mejor al grupo objetivo; los jóvenes pasan por una época experimental en su vida, rompiendo reglas para crear su propia identidad y lograr definir quienes son.

La propuesta engloba el concepto de ser auténticos, no rígidos, buscar nuevos retos e ir por ellos.

PROPUESTA	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad Visual	Tipografía	Uso del color	RESULTADO
1	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	42
2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
3	3	3	4	5	3	4	3	5	3	4	40
4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	41

2

Nivel de visualización

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 2

Luego de implementar la auto evaluación del bocetaje de la visualización 1, donde se tomó en cuenta los elementos y características gráficas de las propuestas, se tomó la decisión de utilizar la propuesta 3 del concepto "Catástrofes geométricas" que se desarrolló para definir la línea gráfica del proyecto.

La propuesta identifica al grupo objetivo, puesto que el reto de los jóvenes consistirá en formar su identidad y para ello, las vivencias, los valores, el sacrificio por otros, experiencias y la actitud forman parte fundamental para hacerlo.

Es por esta razón que se implementa la geometría, como una base para que surja un movimiento, así mismo la catástrofe inicia poco a poco hasta cambiar todo en su entorno.

CASTING / ESCENARIOS

Para la elaboración de cada audiovisual se requiere la participación de jóvenes que se relacionan en el municipio, jóvenes que identifiquen a la grupo objetivo en el rango de 14 a 25 años de edad. Cada audiovisual requiere ciertas cualidades como: género, edad, condición física, entre otros. Por lo cual se procede a realizar el proceso de casting.

Para evaluar la posibilidad de participar en los audiovisuales se realizó una entrevista con jóvenes participantes de la Académia Municipal de Arte, y jóvenes del Municipio de San Lucas. Para determinar su participación se tomó en cuenta:

Disponibilidad de horarios.
Talentos y pasatiempos.
Desenvolvimiento personal
Desenvolvimiento en grupo
Edad

Asimismo al hablar con los jóvenes, se les compartió el guió técnico de cada audiovisual y la posibilidad de actuar en dicho temas, también los posibles papeles y personajes a los que interpretarían.

Los escenarios por su parte influyen y dan fuerza al mensaje, por lo cual se visitó y evaluó posibles escenarios, encuadres y movimientos de cámara.

- **Video 1 AMDA:** los escenarios corresponder a la académia Municipal de Arte de San Lucas Sacatepéquez, con escenas en cada uno de los salones y personajes que representan cada una de las disciplinas que se imparten dentro la académia.

- **Video 2 Naturaleza:** la grabación se representa en las calles de San Lucas para escenas como de recoger basura y preservación del entrono, luego la grabación se situación en el Cerro Alux de San Lucas.

- **Video 3 ADM:** los escenarios involucrados pertenecen al Polideportivo de San Lucas Sacatepéquez en el área de Basquet y Futbol, así mismo calles cercanas al sitio.

- **Video 4 OMM:** entro los escenarios involucrados están: la académia Municipal de arte, salones libres dentro de la académia, y una boxlight (caja de luz) en la cual se crean composiciones fotográficas.

ENCUADRES Y MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Evaluando encuadres, escenarios y valorización de las escenas se grabó utilizando:

Plano general
Primer plano
Plano americano
Plano detalle
Primer plano.

Este tipo de encuadres permite enfocar la acción que se va a representar en la toma del audiovisual, dándole más importancia a la acción que realizan los personajes y su interacción con los escenarios.

Video AMDA

Además, se tomó en cuenta el uso de pequeños movimientos de cámara como:

Paneos horizontales y verticales
Plano Contra-picada
Plana en Picada

Estos movimientos le dan una mayor realce a las escenas, creando dinamismos y profundidad de campo.

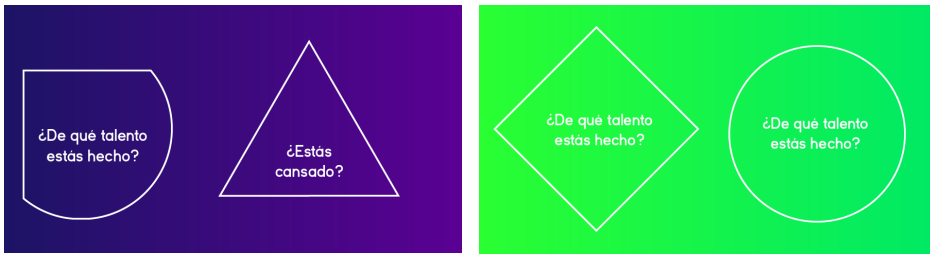
Video OMM

Luego de implementar la auto evaluación del bocetaje de la visualización 1, donde se tomó en cuenta los elementos y características gráficas de las propuestas, se tomó la decisión de utilizar la propuesta 3 del concepto “Catástrofes geométricas” que se desarrolló para definir la línea gráfica del proyecto.

La propuesta identifica al grupo objetivo, puesto que el reto de los jóvenes consistirá en formar su identidad y para ello, las vivencias, los valores, el sacrificio por otros, experiencias y la actitud forman parte fundamental para hacerlo.

Es por esta razón que se implementa la geometría, como una base para que surja un movimiento, así mismo la catástrofe inicia poco a poco hasta cambiar todo en su entorno.

Figuras geométricas: elementos de apoyo.



El concepto creativo “Catástrofe geométrica” se destaca por poseer elementos gráficos geométricos, dichos elementos son estables, las catástrofes son capaz de derribar todo a su paso, sin embargo los cimientos fuertes tiene la capacidad de permanecer estables ante ellas.

Las figuras geométricas seleccionadas son estables dado a que apoyan al texto en sus respectivas transiciones, mientras ayudan al espectador a enfocarse en la información que se presenta dentro del texto.

El texto dentro de las figuras geométricas poseerán una animación con la técnica Glitch, la cual crea dinamismo dentro de cada figura sin perder el orden del la jerarquía de elementos.

Las figuras utilizadas son:
Cuadrado - Rombo - Círculos con variaciones
Hexágono - Triángulo - Trapecio

TIPOGRAFÍA

En el nivel de visualización 1 se definió la tipografía “The bold font” sin embargo se encontró una mayor riqueza tipográfica en:
“Kayak Sans”

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

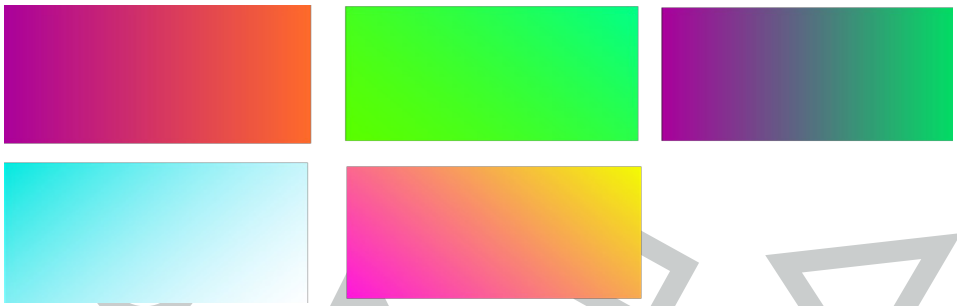
Por sus características geométricas con variaciones en la forma en altura y ancho que le dan mayor valor a sus trazos, además es una tipografía legible y fácil a la lectura de jóvenes según su nivel socio-económico. A continuación se observan otras alternativas tipográficas que se tomaron en cuenta para la selección final:

¿De qué talento estás hecho?	**¿De qué talento estás hecho?**	**¿DE QUÉ TALENTO ESTÁS HECHO?**
¿De qué talento estás hecho?	¿De qué talento estàs hecho?	**¿De qué talento estás hecho?**
¿DE QUÉ TALENTO ESTÁS HECHO?	¿DE QUÉ TALENTO ESTÁS HECHO?	**¿DE QUÉ TALENTO ESTÁS HECHO?**

PALETA CROMÁTICA:

La paleta cromática elegida surge luego de evaluar las otras propuestas, está compuesta de colores Neón en degradé, que se integran creando movimiento y distintas tonalidades entre sí de Magenta-naranja, Verde-Aqua, Cian- blanco, y magenta- amarillo.

Las catástrofes no se desarrollan durante un momento, ocurre un acontecimiento que poco a poco transforma el contexto, esto ocurre con el uso del color en degradé con colores Neon, mesclando 2 colores, se transforman en una nueva gama de colores.

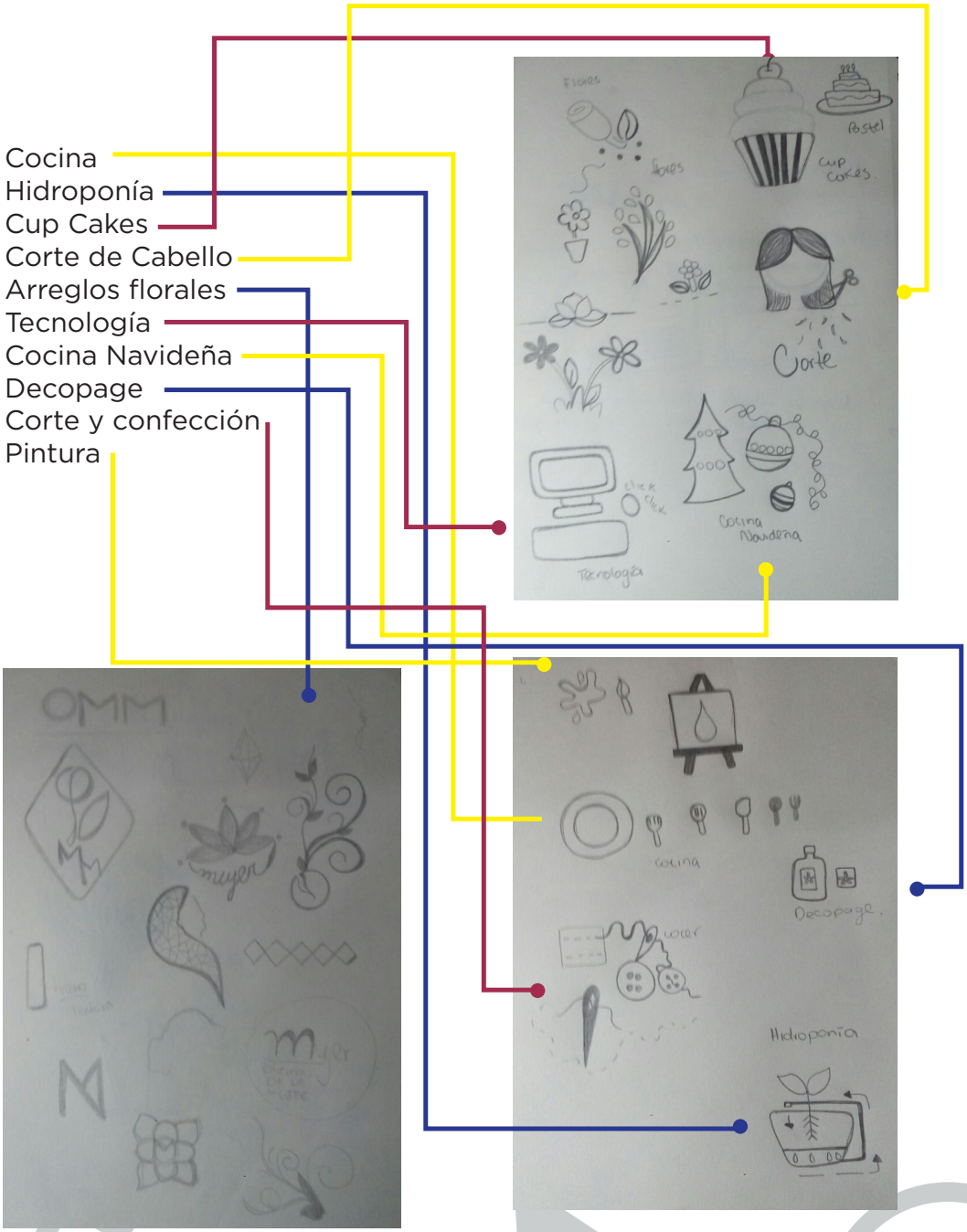


DESCRIPCIÓN DE CURSOS Y DISCIPLINAS / ILUSTRACIÓN:

Para ejemplificar las disciplinas de cada audiovisual, se utilizaron ilustraciones en siluetas 2D integradas con la línea gráfica. Las ilustraciones permitieron visualizar la disciplina que se está indicando en la información de manera clara y concisa.

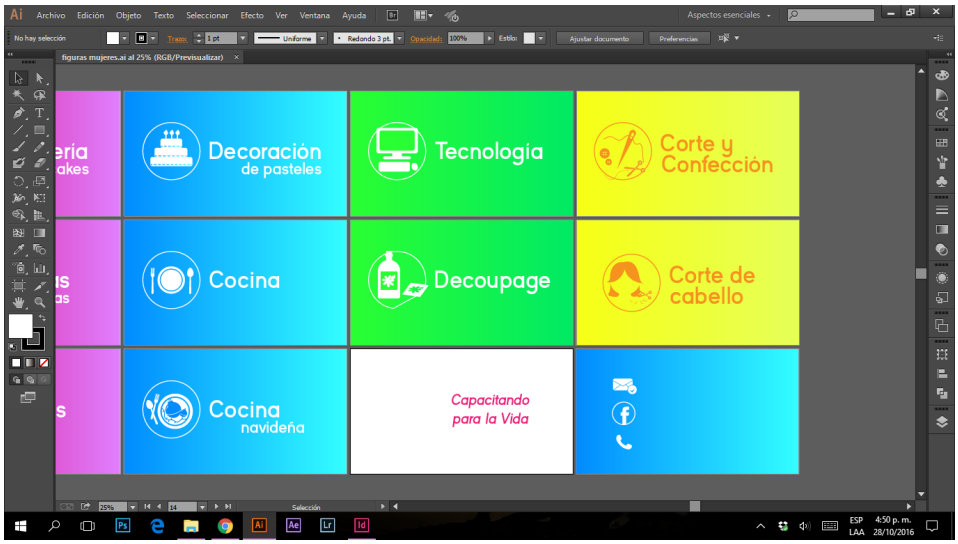
Para la elaboración de las ilustraciones se utilizaron algunas referencias fotográficas recabadas de Internet, además de fotografías y videos propios.

A continuación se presenta el nivel de bocetaje de imágenes que representan a cada una de las disciplinas puestas en escena dentro del video de la Oficina Municipal de la Mujer:



Disciplinas de la Oficina Municipal de la Mujer en ilustración por vectores, bocetaje en blanco y negro:

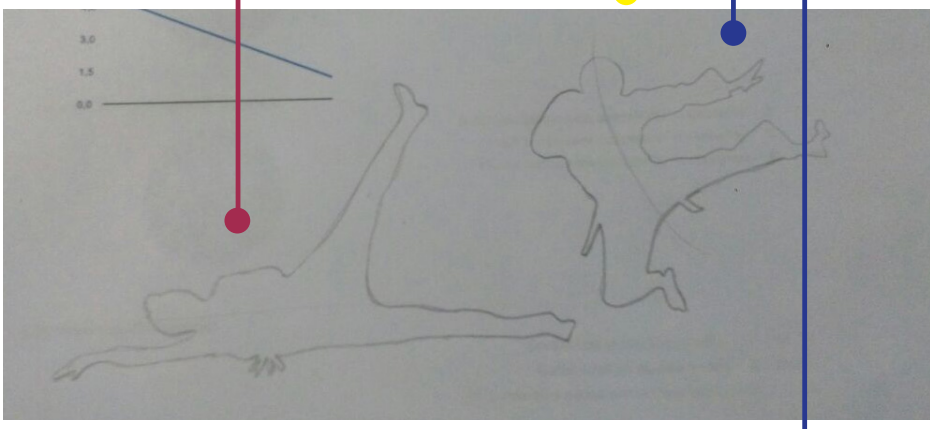
Disciplinas de la Oficina Municipal de la Mujer en ilustración por vectores, bocetaje sobre color:

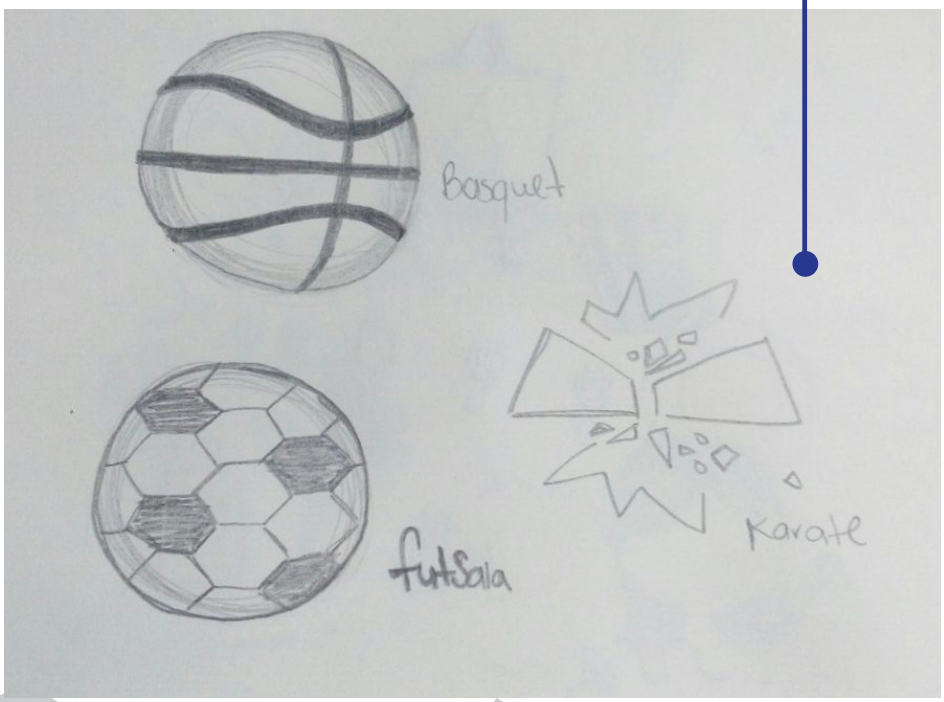


A continuación se presenta el nivel de bocetaje a trazos de imágenes que representan a cada una de las disciplinas puestas en escena dentro del video de la Academia Deportiva Municipal.

Dichas ilustraciones ejemplifican y apoyan al texto:

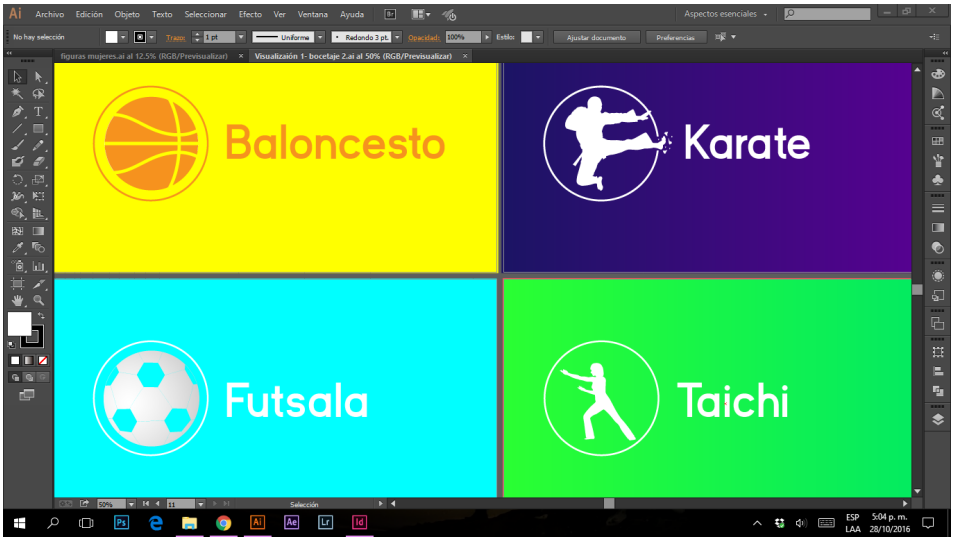
Futbol
Basquetbol
Karate
Aeróbicos
Taichi

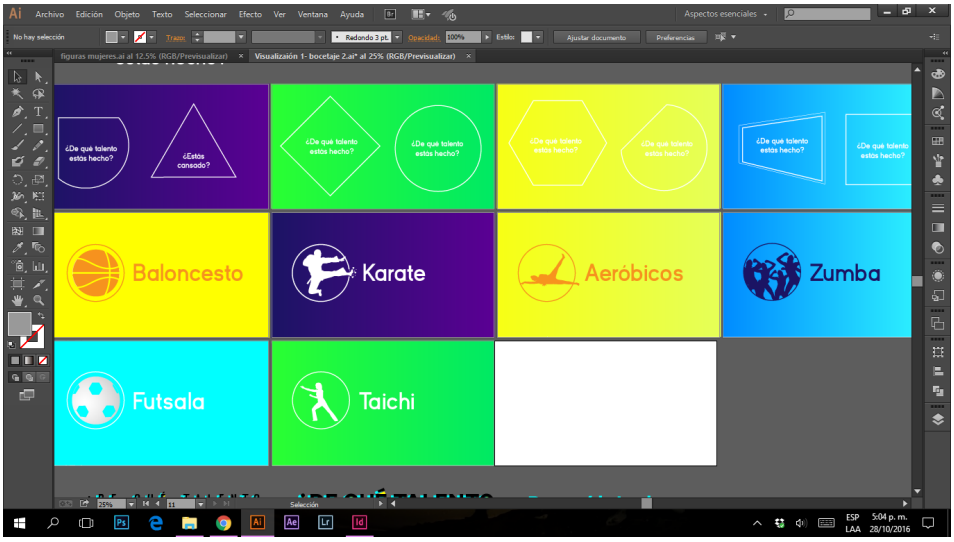




Disciplinas de la Academia Deportiva Municipal en ilustración por vectores, bocetaje en blanco y negro:

Disciplinas de la Academia Deportiva Municipal en ilustración por vectores, bocetaje sobre color:

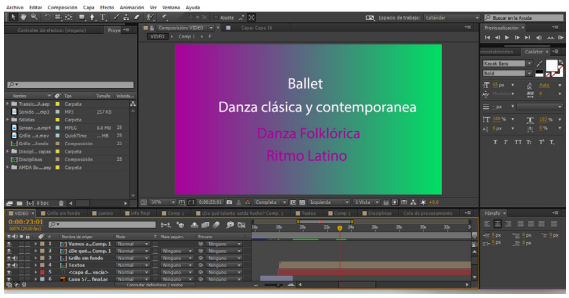




ANIMACIÓN DE TEXTO Y TRANSICIONES DE ESCENAS:

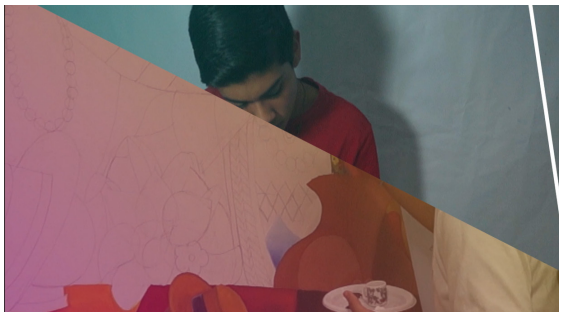
La animación a implementar se basa en el constante movimiento, la transformación que parte de un punto para llegar a otro:

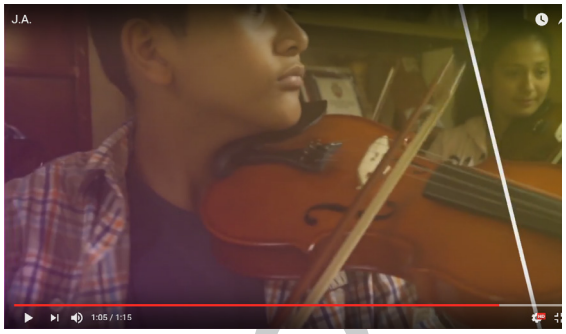
Transición de texto en la información: La animación de los textos se enfoca cada palabra de la información, proporcionando protagonismo en un tiempo determinado para cada texto. El texto permanece estable para no perjudicar el orden de la lectura.

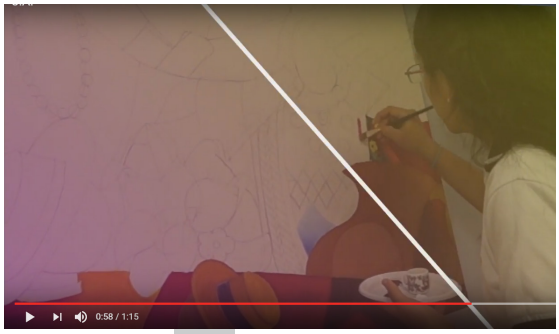


Transición de imágenes y escenas: Uso de líneas rectas verticales, horizontales e inclinadas integrando el movimiento de figuras geométricas (rectángulos), cada transición deja ver la siguiente escena de las disciplinas. La tipografía se presenta estable para no interferir con la animación, además de cuidar la legibilidad del texto.

Ejemplo: Transición de escenas del video para la Académia de Arte de San Lucas.



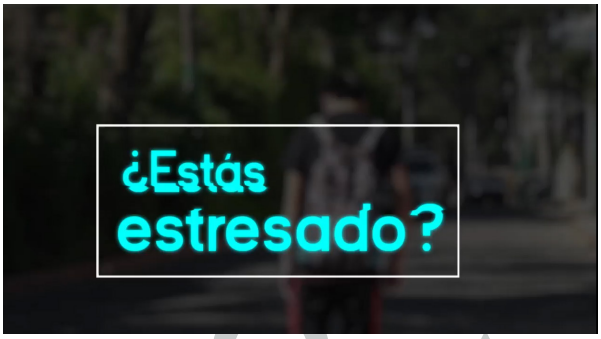


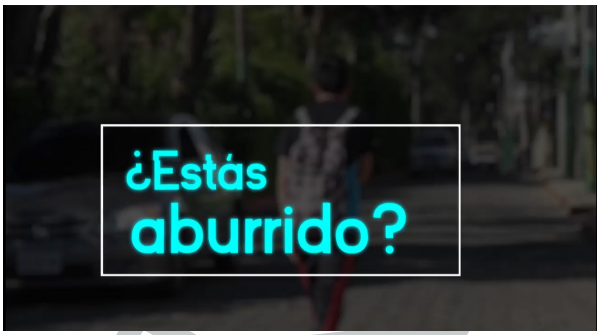


Ejemplo: Transición de escenas del video para la Oficina Municipal de la Mujer:

Transición de colores: para este caso se utiliza la herramienta de opacidad y transformación de color.

Titulares sobre imagen: El texto se presenta con efecto Glitch en colores Neón. El efecto glitch crea la ilusión de la inestabilidad tipográfica del concepto creativo. El efecto glitch no se observa en todos los titulares, solamente en preguntas y/o frases relevantes.





VALIDACIÓN CON DISEÑADORES Y EXPERTOS EN EL TEMA:

Luego de la ejecución de el nivel 2 de visualización se procedió a validar las premisas ejecutadas dentro de las piezas gráficas del proyecto, la validación se realizó con ayuda de 8 diseñadores gráficos y 4 expertos en el tema.

Las observaciones que realizaron fueron las Siguientes:

Expertos del tema:

- **Transiciones de imagen y texto:**
  El 25 % opinó: Colocar los textos en fotografías y no ilustraciones, para reforzar el mensaje.

- **Contenido:**
  El 100 % comentó: el contenido del mensaje es conciso, ordenado y pertinente lo que se desea transmitir.

- **Datos institucionales:**
  El 50 % comentó: Identificar que las actividades promocionadas pertenecen a la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez, colocando el logotipo junto al de los departamentos.

- **Color:**
  El 100% de los encuestados: considera pertinente la paleta de colores seleccionada para el grupo juvenil de San Lucas y el contenido utilizado.

- **Imagen:**
  El 50 % opina: utilizar más imágenes fotográficas que refuercen el contenido y represente cada disciplina. El otro 50% comentó que la imagen refuerza el contenido.

- **Música y efectos:**
  El 100% de los encuestados está de acuerdo con el ritmo elegido, opinan que es una material con un ritmo apto para difundir la información ante el grupo objetivo y las preferencias culturales de música.

- **Tipografía:**
  La tipografía utilizada durante los movimientos de la animación, es una fuente legible y comprensible, que dar a entender el contenido deseado al grupo objetivo durante los movimientos de la composición. El 100% está a favor de dicha tipografía.

Diseñadores gráficos

- **Transiciones de imagen y texto:**
  El 50% de los diseñadores opinaron que sería interesante colocar los textos en fotografías y no ilustraciones.

- **Animación:**
  El 100% opinó que la animación es dinámica e identifica al concepto creativo.

- **Encuadres y movimientos de cámara:**
  El 100% de los diseñadores están de acuerdo en el tipo de encuadres, colorización y movimientos de cámara utilizados.

- **Tipografía:**
  El 25% de los diseñadores dieron la sugerencia de definir otra tipografía en el video de la Oficina Municipal de la Mujer (OMM), que caracterice mejor a las mujeres.

- **Color:**
  El 50% de los encuestados considera que utilizar degrades de color no favorecer e identifica al grupo objetivo.

  El 50% opinó que la paleta de colores puede aplicarse de otra manera y delimitar ciertos colores para trabajar en cada audiovisual.

- **Imagen:**
  El 60% opinó que la imagen puesta en escena debe contener más imágenes reales o fotografía y menos ilustración.

  El 40% opinó que los encuadres ejecutados y ritmo del film favorecen el mensaje.

- **Música y efectos:**
  El 90% de los encuestados está de acuerdo con el ritmo elegido.

  El 10% opinó que es importante verificar que el material sea sin derechos de autor y de uso libre.

Luego del análisis de las observaciones hechas por externos del tema y de diseñadores gráficos, se precede a realizar los siguientes cambios en el nivel 3 de visualización: Revisión de música, concretar el uso de la paleta de colores, utilizar una gama específica por categoría de video, utilizar Texto sobre imagen, verificar tipografías.

3

Nivel de visualización

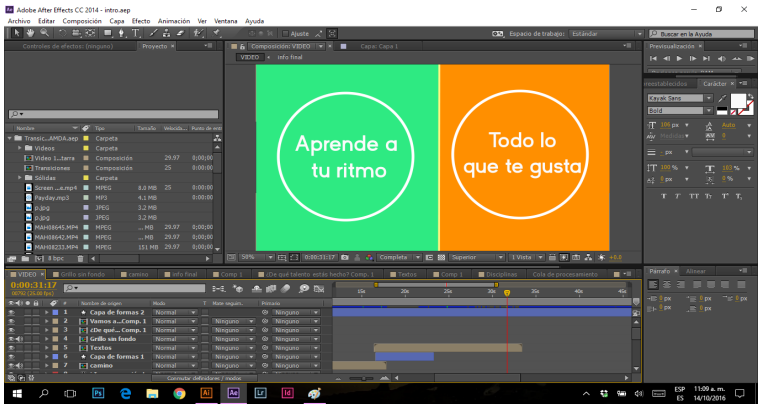
NIVEL DE VISUALIZACIÓN 3

Gracias a las observaciones y el análisis de la validación del nivel 2 de visualización con expertos del tema y diseñadores gráficos se pudo observar los puntos positivos y negativos de las piezas gráficas del proyecto y el concepto creativo.

Luego de analizar dichos puntos se tomó la decisión de:

PALETA DE CROMÁTICA:

La paleta de colores seguirá siendo en tonalidades Neón, utilizados sin degradé de colores como se utilizaba en el nivel de visualización 2, la implementación de dichos colores se utilizará con opacidad para integrar imagen, texto y color.



Así también se delimitó el uso del color según el tema y su contexto para cada video:

Naturaleza

OMM

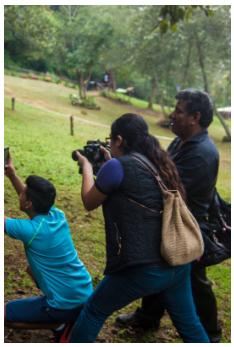
AMDA

Deportes

ENCUADRES Y MOVIMIENTOS DE CÁMARA:

Los encuadres utilizados responden positivamente al mensaje, apoyando la imagen y el dinamismo del concepto creativo.

Las imágenes que se presentan corresponden a los avances del video de “Cuidados de la Naturaleza”, que al igual que los videos de OMM, AMDA y Deportes, coinciden los encuadres y movimientos de cámara.



TIPOGRAFÍA:

Gracias a las observaciones realizadas en la validación con diseñadores gráficos, se delimitaron dos tipos de tipografía; para los videos de: la Académia Municipal de Arte (AMDA), Deportes y Cuidados de la Naturales, se utilizará la tipografía **"Kayak Sans"** como se estipuló en el nivel 2 de visualización, que influye geométricamente en sus trazos al concepto creativo.

Sin embargo para el video de la oficina de la mujer (OMM) se evaluaron distintas tipografía caligráficas, entre ellas:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789

La tipografía seleccionada es Buttercup Sample, por ser de la familia caligráfica que posee trazos irregulares que representa al sexo femenino, en su forma y movimiento. La tipografía seleccionada le da fuerza al mensaje e identidad al grupo objetivo.

IMAGEN EN ESCENA:

Se validó la funcionalidad de la imagen, y se determinó que impacta más el uso del video y fotografía que el uso de ilustración en si.

El uso de la imagen apoya al mensaje

A continuación se observan los avances del uso de la imagen en los videos:

ILUSTRACIÓN SOBRE ESCENA:

Anteriormente en el nivel de 2 de visualización se utilizaron ilustraciones sobre color, sin embargo el impacto visual recae sobre la imagen, como toma de decisión se implementó el uso de ilustraciones como refuerzo del mensaje en la escena.

ANIMACIÓN VIDEO 1: AMDA

Las transiciones en la animación, mantienen dinamismo y movimiento durante el cambio o descripción de la escena:

Transición lineal, cada movimiento paralelo muestra una nueva escena.

Animación en paralelo, y animación de figuras geométricas, la línea de cada figura tiene una entrada y salida en recorte del trazo, además la tipografía tiene una entrada y salida con uso de opacidad.

Animación en paralelo, el texto se desplaza horizontalmente de un cuadrado.

Animación con forma, el texto surge horizontalmente, siguiendo el trazo de la figura geométrica.

ANIMACIÓN
VIDEO 2: NATURALEZA

Las transiciones en la animación, mantienen dinamismo y movimiento durante el cambio o descripción de la escena:

Cada vez que se realiza una acción positiva por la naturaleza se muestra una animación circular en movimiento, dicha animación representa una moneda y los puntos a favor de la naturaleza.

Los puntos son correlativos en todas las acciones sumando 100 puntos.

Animación en forma, cada texto surgen de una figura geométrica (círculo y rectángulo) con color de fondo distintivo del tema con opacidad.

Animación con forma, el texto surge horizontalmente, siguiendo el trazo de la figura geométrica.

ANIMACIÓN
VIDEO 3: DEPORTES

Las transiciones en la animación, mantienen dinamismo y movimiento durante el cambio o descripción de la escena:

Transición lineal, cada movimiento paralelo muestra una nueva escena.

Animación en paralelo, y animación de figuras geométricas, la línea de cada figura tiene una entrada y salida en recorte del trazo, además la tipografía tiene una entrada y salida con uso de opacidad.

Efecto Glitch al inicio del audiovisual, catástrofe que inicia el cambio en el contexto.

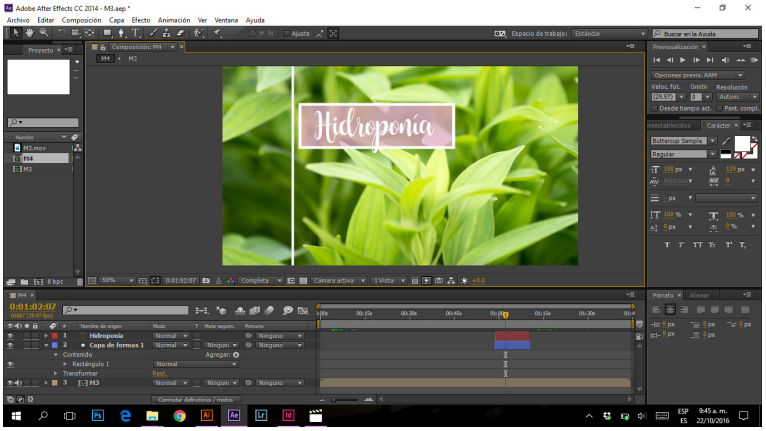
Animación con forma, el texto surge horizontalmente, siguiendo el trazo de la figura geométrica.

ANIMACIÓN
VIDEO 4: OMM

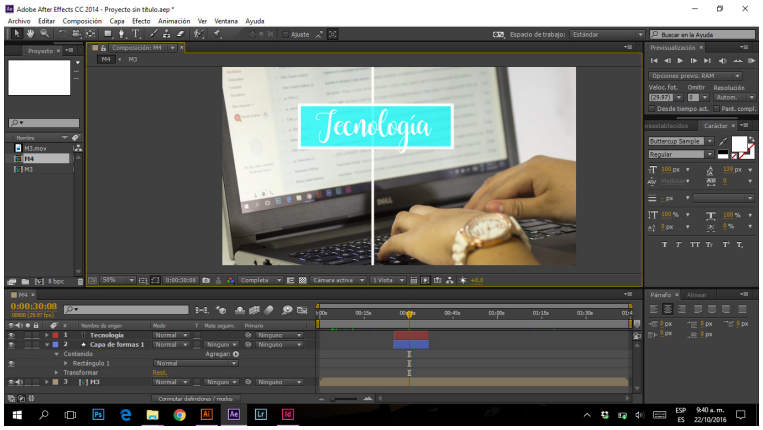
Las transiciones en la animación, mantienen dinamismo y movimiento durante el cambio o descripción de la escena:

Transición lineal, cada movimiento paralelo muestra una nueva escena.

Animación en paralelo, y animación de figuras geométricas, la línea de cada figura tiene una entrada y salida en recorte del trazo.



Animación en paralelo, el texto se desplaza horizontalmente de un cuadrado con la tipografía Buttercup Sample .



Animación con forma, el texto surge horizontalmente, siguiendo el trazo de la figura geométrica.

VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO:

Luego de realizar el nivel 3 de visualización, se realizó la validación a 15 jóvenes del municipio de San Lucas Sacatepéquez en el rango de 14 a 25 años de edad, los cuales conforman al grupo objetivo.

Las observaciones que realizaron fueron las Siguientes:

Grupo objetivo:

Duración:
El tiempo aplicado en cada audiovisual ha sido favorable y conciso para mantener la atención del grupo objetivo y comprender el contenido.

Mensaje AMDA:
El 100% del grupo objetivo ha comprendido claramente el mensaje que los códigos visuales presentan en el video de la Académia Municipal de Arte y las disciplinas representadas en las imágenes y transiciones.

Mensaje Naturaleza:
El 93% del grupo objetivo ha comprendido claramente el mensaje que los códigos visuales presentan en el video de acciones de la naturaleza y el 7% del grupo objetivo indicó que el mensaje no se comprende completamente sino solo en algunas partes.

La trama del mensaje fue comprendido parcialmente, aún causa confusión la suma de puntos en acciones de la naturaleza.

Mensaje ADM:
El 100% del grupo objetivo ha comprendido claramente el mensaje que los códigos visuales presentan en el video de la Académia Municipal de Deportes y las disciplinas representadas por medio de imágenes, encuadres, textos y transiciones.

Causa emoción al grupo objetivo el poder observar por medio de elementos gráficos las acciones que cada uno de los actores representa.

Mensaje OMM:
El grupo objetivo comprendió el mensaje que los códigos visuales presentan en el video de la Oficina Municipal de la mujer y todo de lo que es capaz una mujer si se propone aprender.

A través de fotografías, colores e imágenes que identifican al grupo objetivo.

Mensaje:
El 100% del grupo objetivo describió el material como información agradable al observar los colores y tipografía en movimiento. Consideran al mensaje importante para estar informados y tener la oportunidad de ingresar a capacitarse según sus gustos e intereses en los departamentos de la Municipalidad.

Audiovisual:
El 100% del grupo objetivo indicó que los audiovisuales son dinámicos, esto respalda al concepto creativo "Catástrofe geométrica", los elementos gráficos y el dinamismo que lo acompaña durante la animación, transiciones, textos y paleta de colores.

Participación:
El 93% del grupo objetivo comentó que se les gustaría ser parte de las actividades que desarrolla la Municipalidad y el 7% indicó que consultaría primero su disponibilidad de horario y curso a elegir.

El 7% de los jóvenes encuestados comentaron la dificultad de sincronizar el tiempo en el cual se imparten los cursos de los Departamentos Municipales con sus estudios académicos y las propias tareas de los mismos.

Y el resto de la muestra comentó que el material invita a participar y es agradable para los jóvenes de San Lucas Sac.

Video No. 2 Naturaleza:

El 93% de la muestra comprendió el mensaje “Acciones positivas por la naturaleza”, y el 7% comprendió parcialmente el mensaje, esto sucedió entre la confusión de sumar puntos y los juegos de Apps (Aplicaciones).

Dado a este caso se implementó en la visualización 3 una suma consecutiva de puntos hasta llegar a 100Pts. además se implementó el signo “+” para representar el incremento de los valores. Esto hace que el grupo objetivo comprenda de una mejor manera el mensaje.

Fundamentación final de la propuesta gráfica.

Propuesta final de diseño

Luego de las correcciones pertinentes basadas en la validación con diseñadores, expertos del tema y grupo objetivo en cada etapa del proyecto se observar el desarrollo y uso de los elementos gráficos en base al concepto e insight creativo:

CONCEPTO CREATIVO

"Catástrofes geométricas"

Romper sistemas monótonos y esquemas de la sociedad, el concepto transmite el cambiar de actitud y tomar la decisión de nuevos retos.

INSIGHT

"No tengo límites"

En cada momento y oportunidad no hay que limitarse sino dar lo mejor de si mismo

El concepto, insight y premisas de diseño establecidas previamente, responden a las necesidades visuales que el grupo objetivo necesita para comprender el contenido de los audiovisuales.

Composición

El uso de la composición fotográfica y de imagen fue trabajada con puntos principales de atención y planos que refuerzan el mensaje:

Plano general
Primer plano
Plano americano
Plano detalle
Primerísimo primer plano.

Este tipo de encuadres permite enfocar la acción que se va a representar en la toma del audiovisual, dándole más importancia a la acción que realizan los personajes y su interacción con los escenarios.

Paleta cromática

El uso del color se manifestó en colores neón, con la finalidad de resaltar lo mejor de cada mensaje, el uso de los colores se maneja con opacidad que interactúa con la imagen de fondo en cada audiovisual:

Además, los colores son colores contraste en relación al concepto creativo, la catástrofe inicia en un punto pero cambia de color, cada audiovisual maneja el contraste sin perder la identidad del departamento al que representa.

Los colores transmiten dinamismo y movimiento al grupo objetivo, con los cuales el contenido es llevado de manera agradable e interesante que representan los cambios por los que pasan los jóvenes.

Tipografía

La tipografía es fundamental ya que está aplicada para reflejar dinamismo y seguridad con los que transmite el mensaje a cada al grupo objetivo, para los audiovisuales se utilizó la tipografía san serif:

"Kayak Sans"

Esta tipografía ofrece estabilidad y legibilidad en transiciones y animaciones, trabaja riqueza en sus rasgos geométricos con variaciones en la forma en altura y ancho que le dan mayor valor a sus trazos, además es una tipografía legible y fácil a la lectura de jóvenes según su nivel socioeconómico.

Sin embargo para el video de la Oficina Municipal de la Mujer la tipografía utilizada fue:

Buttercup Sample

Dicha tipografía representa la esencia de las mujeres, sus rasgos son cursivos e irregulares en los cuales se ve reflejado el concepto creativo, catástrofe en cada movimiento sin transmitir inestabilidad.

Animación

La animación es dinámica y variada, al inicio de cada video la animación se maneja en pequeños movimientos y en el transcurso de este, incrementa el movimiento.

Las catástrofes inician despacio y van cambiando todo el contexto en el transcurso de su paso, de esta manera se maneja la animación de texto, forma e imagen; la animación tiene movimiento y dinamismo mas no por eso crea inestabilidad en la información y mensaje.

Para ejemplificar el dinamismo geométrico se utilizan líneas en paralelo e inclinadas además de figuras geométricas.

Gifs

Los gifs son pequeños fragmentos de cada audiovisual, su finalidad es crear interés e intriga en el grupo objetivo por ver de que trata la próxima publicación (videos informativos) en redes sociales de la Municipalidad, esto ayudará a dar una introducción de los audiovisuales sin revelar su contenido.

Soporte

Los audiovisuales son materiales para uso de redes sociales y plataformas digitales (YouTube, Vimeo y TV) por lo cual utiliza el formato de video H264 .mov, para ser reproducido en los distintos medios.

El formato .mov permite al usuario interactuar con el material de una manera sencilla y fácil de utilizar, además, es un formato que no ocupa demasiado espacio y no dificulta la reproducción en distintos dispositivos móviles.

Los Gifs son materiales previos a los audiovisuales, estos son capaz de reproducirse en Facebook, dicho material se comparte a través de la red social con el formato de video .mov.

Proporciones

Los audiovisuales: 1280 X 720

Duración: De un minuto a minuto y medio, el tiempo utilizado permite atraer la atención y transmitir la información relevante en un tiempo preciso.

VIDEO 1: AMDA

A continuación se pueden observar todas las escenas del audiovisual de la Academia Municipal de Arte de San Lucas Sac.

¿De qué talento estás hecho?

Vamos a averiguarlo

Bienvenido
a la academia de arte

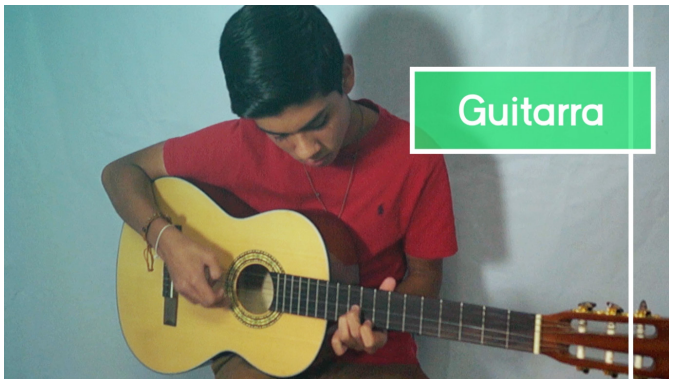
Aprende a tu ritmo

Todo lo que te gusta


Pintura


Piano


Teoría Sol Fa


Guitarra


Viento- Metal


Violín


Marimba


Teatro

¡ Inscríbete
Busca tu pasión !

ámda
Academia Municipal de Arte- San Lucas Sacatepéquez

Para más información
Siguenos en:

MUNICIPALIDAD
SAN LUCAS SACATEPEQUEZ
SACATEPEQUEZ

MUNICIPALIDAD
SAN LUCAS SACATEPEQUEZ
SACATEPEQUEZ

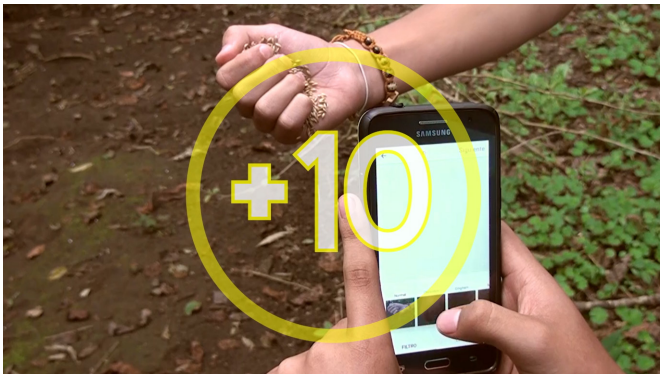
Sin Límites
Somos más por San Lucas

GIF 1: AMDA

Publicación Gif, para redes sociales previo a la publicación del audiovisual.

VIDEO 2: NATURALEZA

A continuación se pueden observar todas las escenas del audiovisual de la Acciones por la Naturaleza.




+25


Cuidemos de nuestros
Bosques


En lugar
de tirar


RECOGER


+40


+55


+75


+100

GIF 2: NATURALEZA

Publicación Gif, para redes sociales previo a la publicación del audiovisual.

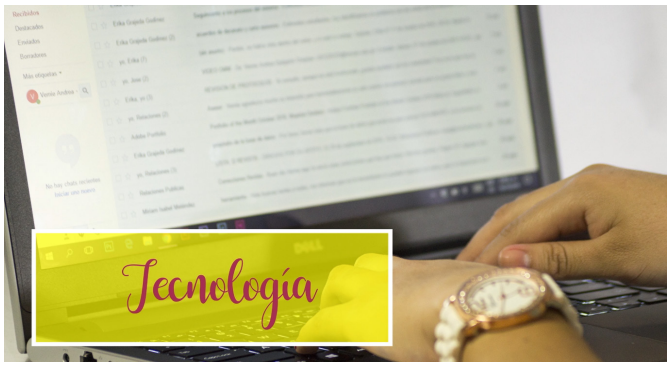
VIDEO 3: OMM

A continuación se pueden observar todas las escenas del audiovisual para la Oficina Municipal de la Mujer.


Cultivo de flores


Cup Cakes


Decoración de pasteles


Tecnología


Pintura


Cocina y
Técnicas Culinarias


Hidroponía


Decopage


Corte de Cabello


Arreglos florales

Mujer
Oficina municipal

Capacitando
para la vida

Para más información buscanos en:

7937-3377 | 7937-3377

Omm San Lucas Sac

omm@munisanlucas.gob.gt

MUNICIPALIDAD
SAN LUCAS SACATEPEQUEZ
SACATEPEQUEZ

MUNICIPALIDAD
SAN LUCAS SACATEPEQUEZ
SACATEPEQUEZ

Sin Límites
Somos más por San Lucas

GIF 3: OMM

Publicación Gif, para redes sociales previo a la publicación del audiovisual.

VIDEO 4:ADM

A continuación se pueden observar todas las escenas del audiovisual para la Academia Deportiva Municipal.


Cuida tu mente
y ponte en
movimiento


Bienvenido a la
Academia
Deportiva


Diviértete
y aprende


Baloncesto


Aeróbicos


Zumba


Karate

GIF4:ADM

Publicación Gif, para redes sociales previo a la publicación del audiovisual.

PUESTA EN PRÁCTICA DE LOS MATERIALES DISEÑADOS

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

La implementación del proyecto posee la disponibilidad de ser reproducido en medios digitales de fácil acceso para el grupo objetivo, siendo estos:

Pieza	Medios de publicación	Especificaciones Técnicas	Difusión
4 Videos Informativos /Gifs	**Facebook**	Post de video	Se creará una estrategia de expectativa, en la cual se publicarán gifs introductorios dentro de la plataforma de la red social, destacando la esencia de cada audiovisual previo a la publicación de estos. Los gifs previos provocaran curiosidad del contenido ante el grupo objetivo, al terminar la continuidad de ellos se realizará la publicación del video correspondiente, informando así el contenido deseado.
4 Videos Informativos	**YouTube**	Formato .mov 1280*720	Esta plataforma permitirá publicar de manera pública los cuatro audiovisuales desarrollados, que permitirá visualizar gratuitamente el material al grupo objetivo, con la oportunidad de compartir dicho material vía redes sociales a otras personas.
	Vimeo	Formato .mov 1280*720	Plataforma de videos con la capacidad de publicar de manera pública los cuatro audiovisuales.
	Web Site	Formato .mov 1280*720	Luego de la publicación de los audiovisuales en plataformas como YouTube y Vimeo, se colocará el enlace de cada video dentro de los anuncios del sitio web, con la finalidad de informar a todo joven que visite el sitio.
	Canal TV	Formato .mov 1280*720	La proyección de cada video será visualizada por semana siendo estos reforzados durante una semana determinada.

COSTOS DE REPRODUCCIÓN Y DISEÑO

A continuación se presenta la descripción de costos de reproducción y diseño en la elaboración del proyecto "Diseño gráfico de material multimedia interactivo para mejorar la comunicación visual dirigida a la población juvenil de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez" el cual contiene los siguientes aspectos:

Costos	Cantidad
Costos fijos:	
Energía eléctrica	Q 500.00
Agua potable	Q 200.00
Depreciación del equipo de computación	Q 1,000.00
Depreciación del equipo de grabación	Q 1,000.00
Viáticos	Q 500.00
Internet	Q 800.00
SUBTOTAL	Q 4, 000.00
Costos de diseño:	
Pre-producción:	
Guion técnico, narración, casting y evaluación de escenarios.	Q 8,000.00
Dirección (6 días de grabación).	Q 6,000.00
Producción (20 horas en 6 días)	Q 6,000.00
Dirección y toma de fotografías (6 sesiones)	Q 6,000.00
Sonorización y musicalización	Q 4,000.00
Edición multimedia	Q10,000.00
Animación	Q10,000.00
Post-producción (colorización-edición final).	Q10,000.00
SUBTOTAL	Q, 60,000.00
Costos de reproducción de videos informativos:	
Duración: 2 Meses	
Alcance: 700-1847 personas al día	
Publicación en redes sociales (Facebook y YouTube)	Q 500.00
Reproducción en canal de TV Muni San Lucas Sac.	Q 500.00
Publicación en el sitio web Municipal	Q 500.00
SUBTOTAL	Q 1,500.00

Costos	Cantidad
Remuneración Actores (10 actores)	Q10,000.00
Agua potable (6 días)	Q 200.00
Transporte (6 días)	Q 600.00
Alimentación (6 días/1 tiempo)	Q 2,500.00
Imprevistos	Q 2,500.00
SUBTOTAL	Q 15,800.00
TOTAL	Q 81, 300.00

Capítulo 6

Síntesis del proceso

LECCIONES APRENDIDAS

Los retos de cada fase fueron de utilidad para fortalecer los aprendizajes.

En la institución se realizó una búsqueda de información relevante para la elaboración del proyecto, el desafío era introducir dicho contenido en un contexto juvenil.

Gracias al análisis del contenido visitados de diferentes fuentes de consulta, se comprendió la situación de la participación de los jóvenes, según los autores citados; con ayuda de dicha información se realizó el marco teórico previo a la producción gráfica.

A este paso le sumó valor la experiencia de trabajar con jóvenes actores de la generación del grupo objetivo en cada uno de los audiovisuales, los cuales representaban su papel de manera espontánea y creativa basados en un guion técnico.

Los jóvenes al estar en contacto con el guion técnico y dirección creativa, manifestaron actitudes positivas, seguras y claras de las disciplinas que representaban.

Otra lección aprendida fue el reto del manejo productivo y la administración del tiempo con los jóvenes actores, uso de utilería, y permisos de escenarios en un tiempo estipulado para la grabación de las escenas en los audiovisuales.

A su vez se aplicaron los contenidos aprendidos durante la etapa estudiantil de la carrera de Licenciatura de Diseño Gráfico en cursos como Animación, Diseño visual y Técnicas audiovisuales, estos fueron vitales para editar y animar los materiales finales.

CONCLUSIONES

- El material audiovisual desarrollado durante el Proyecto de graduación, contribuyó a mejorar las necesidades de comunicación visual que se presentaban en la información de los proyectos de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez dirigida a jóvenes, con la estructura de cuatro audiovisuales cuyo contenido gráfico es pertinente para identificar y comunicar, el concepto "Catástrofe geométrica", facilitando su implementación en plataformas digitales eficaces para interactuar con el grupo objetivo, lo que logra que más jóvenes se informen de los proyectos y participen en ellos.

- Se logró informar a la población juvenil de la región de San Lucas, a través de audiovisuales realizados con un lenguaje visual dinámico, que aprovecha las actitudes gestuales propias de jóvenes y textos con apoyo de recursos de animación presentes a lo largo del desarrollo de cada audiovisual, estructurados previamente por el guión técnico que está basado en vivencias, experiencias e imágenes que identifican a los jóvenes.

- Por medio de los audiovisuales, se logró plasmar la información que se quiere transmitir, interactuando con el grupo objetivo, mediante la inclusión de capturas a jóvenes en los entornos donde se implementan los proyectos municipales, integrando el uso de los guiones técnicos, los elementos gráficos y de composición tales como: planos generales, americanos y detalles, tipografías sans serif y cursiva, y una paleta cromática en colores neón, con la finalidad de destacar y resaltar lo relevante de cada mensaje en una línea de animación dinámica, que responde a la expectativas de los jóvenes.

RECOMENDACIONES

A LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SAC.

Trabajar por mantener una línea gráfica en las publicaciones dirigidas a los jóvenes en medios digitales que frecuenta el grupo objetivo.

Solicitar ayuda en la toma de fotografía y videos de proyectos, para formar un banco de imágenes y material gráfico.

Divulgar los logros obtenidos en redes sociales, para que otros puedan ver los frutos obtenidos.

A ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO

Se recomienda a los futuros estudiantes de décimo semestre, ser buenos administradores y organizares del tiempo eficazmente, previendo contratiempos que puedan atrasar entregas del proyecto.

Aplicar sus conocimientos en favor del bien común y desarrollo de Guatemala, seleccionando instituciones no lucrativas con necesidades de comunicación visual y además, puedan darles una experiencia grata que identifique sus cualidades como diseñadores.

A LA ESCUELA DE DISEÑO USAC

Velar que tanto el estudiante como el docente de EPS y Proyecto de graduación vayan de la mano en la ejecución del proyecto.

Iniciar el décimo semestre antes del tiempo estipulado y tener más tiempo para desarrollar el proyecto de graduación y EPS.

Fuentes
DE CONSULTA

FUENTES CONSULTADAS

Amezaga, U. *Participación juvenil: la administración local sometida a la prueba de la flexibilidad.* Recuperado de: http://www.bolunta.org/publicaciones/participacion-juvenil.pdf

Benedicto, J. y Moran, C. (2003), *Aprendiendo a ser ciudadanos, Experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre los jóvenes.* Recuperado de: Madrid: Injuve. Sitio Web: http://www.injuve.es/observatorio/valores-actitudes-y-participacion/aprendiendo-a-ser-ciudadanos-experiencias-sociales-y-construccion-de-la-ciudadani

Bermejo, J. (2013). *El enmascaramiento como estrategia persuasiva en la publicidad para jóvenes. Revista digital (Vol. 21 - 2013).* Recuperado de: http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-15

Dr. Marqués, Graells, Perez. (2003). *Introducción al Lenguaje Audiovisual*. (2da. Ed.). Barcelona.

Moya, M. (2012). *Técnicas Para Realizar Movimientos De Cámara Y Sistemas De Iluminación En Producciones Audiovisuales.*

Duran, J. (2004) .*Somos uno*, recuperado de: https://vimeo.com/101758975

Fábrica de sonrisas Guatemala. Recuperado de: http://www.desonrisas.org/quienes-somos

Gómez, R. (2001). *Análisis de la estética audiovisual*

Gobierno abierto. Recuperado de: http://participacionciudadana.minsegpres.gob.cl/que-es-participacion-ciudadana

Jóvenes por Guatemala. Recuperado de: http://jovenesporguatemala.org/

Los adolescentes Como Agentes de Cambio Social: Algunas Reflexiones. Vol. 13, No. 2,131-142 (2004) Recuperado de: http://www.scielo.cl.php?scriiarttext&pid=S0718-22282004000200010

Marketing directo (2010). *Ventajas de herramientas corporativas*. Recuperado de: http://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/cinco-ventajas-y-cinco-esventajas-de-facebook-como-herramienta-corporativa/

Marketing directo, (2013) *Seis tendencias del consumo audiovisual*. Recuperado de: http://www.marketingdirecto.com/actualidad/infografias/seis-tendencias-del-consumo-audiovisual/

Mañas, M. (2012). *Formatos, sistemas y tamaños de vídeo.* Recuperado de: http://www.fundeu.es/escribireninternet/formatos-sistemas-y-tamanos-de-video/

Martínez, Lazo, y Carmen (2011) J*óvenes interactivos, nuevos modos de comunicarse 2011.* Ediciones Netbiblo. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?hl=es&lr=&id=Z_9GqB0KCqAC&oi=fnd&pg=PA85&dq=La+persuasi%C3%B3n+de+los+audiovisuales+en+los+jovenes&ots=QclW23-Rci&

Memoria de Labores San Lucas Sacatepéquez (2015), recuperado de: munisanlucas.gob.gt

Obgilvy y Publicidad. Barcelona (1984). *Las Redes Sociales, El Uso De Celulares Y Los Géneros Televisivos.*

Orozco, S. (2008) I*saac Newton y la reconstitución del palimpsesto divino*. Universidad de Antioquia.

Orellana R. (2016) *Tendencias digitales.* Recuperado de: https://www.linkedin.com/pulse/20-tendencias-de-social-media-para-el-2016-rodrigo-orellana

Pandora´s Box (2007). *La importancia de los audiovisuales.* Recuperado de: https://pbox.wordpress.com/2007/11/23/importancia-de-los-medios-audiovisuales/

Participación ciudadana (2016). Recuperado de: http://www.tnrelaciones.com/participacion_ciudadana/

Por qué y cómo trabajar la participación juvenil, 2012. Recuperado de: http://trabajarconjovenes.blogspot.com/2012/05/porque-y-como-trabajar-la-participacion.html

Ruiz, C. (1999). *Evaluación del atractivo físico de modelos audiovisuales.*

Rubio, R. y González M. (2006). Diseño gráfico de contenidos para internet.

Realidad en dibujos. Recuperado de: http://blog1a.com/tus-artistas-favoritos-se-hacen-realidad-en-los-dibujos/ http://www.blogdehumor.com/dibujos-de-realidad/

Solís, S. (2016). Plan de la Oficina Municipal de la Juventud, San Lucas Sacatepéquez.

Tomás, A. 2009. Medios Audiovisuales en el Aula. Recuperado de: http://online.aliat.edu.mx/Desarrollo/Maestria/TecEducV2/Sesion5/txt/ANTONIO_ADAME_TOMAS01.pdf

Un techo para mi País. Recuperado de: http://www.techo.org/paises/guatemala/techo/mision-vision/

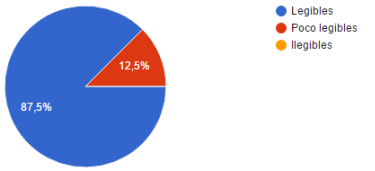
40 de Fiebre, (2016). Recuperado de: https://www.40defiebre.com/medidas-imagenes-redes-sociales/

Anexos

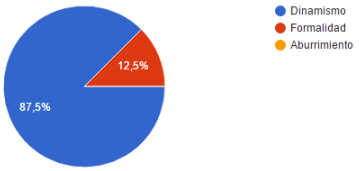
ANEXO 1

Validación con Diseñadores gráficos

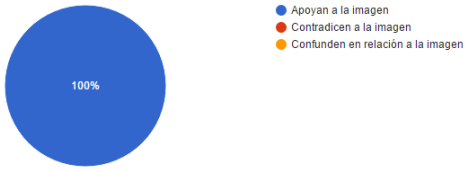
Los movimientos de animación en la tipografía son: (8 respuestas)



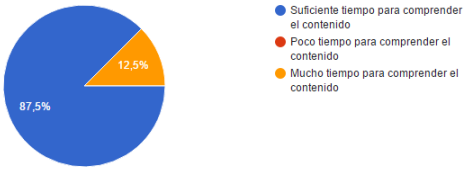
La animación refleja (8 respuestas)



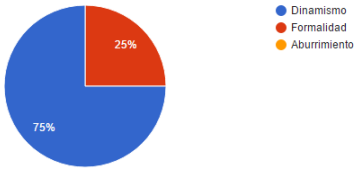
Los textos: (8 respuestas)



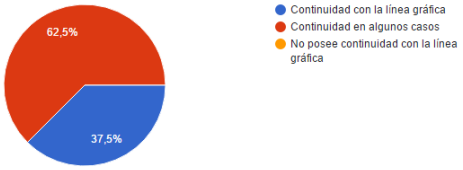
La duración del material le parece (8 respuestas)



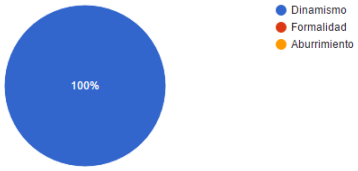
La tipografía transmite (8 respuestas)



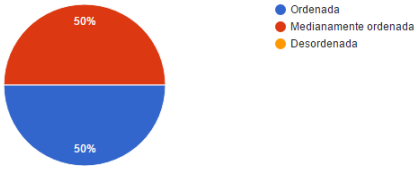
Los audiovisuales poseen (8 respuestas)



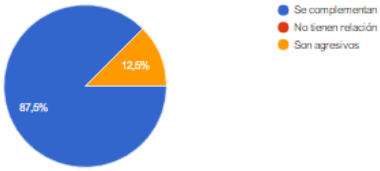
La paleta de colores transmite: (8 respuestas)



La información del tema se presenta: (8 respuestas)



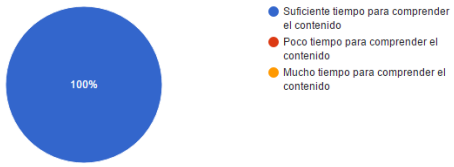
Los colores con otros elementos: (8 respuestas)



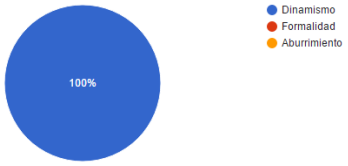
ANEXO 2

Validación con Expertos del Tema

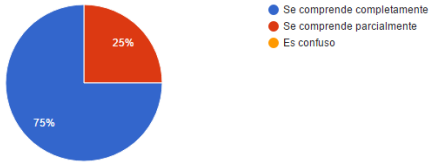
La duración del material le parece (4 respuestas)



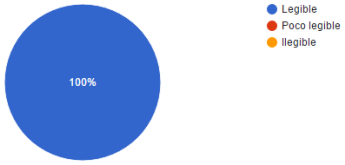
La paleta de colores transmite: (4 respuestas)



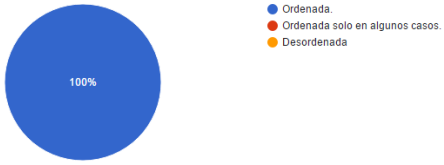
El contenido: (4 respuestas)



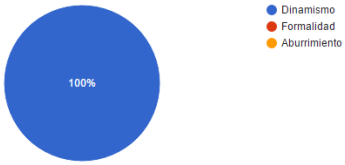
Los movimientos de letra utilizada es: (4 respuestas)



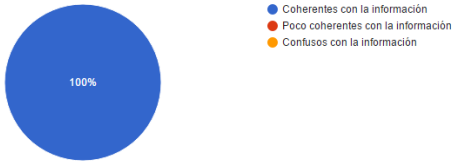
La información del tema se presenta: (4 respuestas)



El tipo de letra transmite: (4 respuestas)



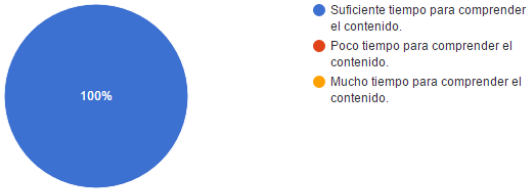
Los textos son: (4 respuestas)



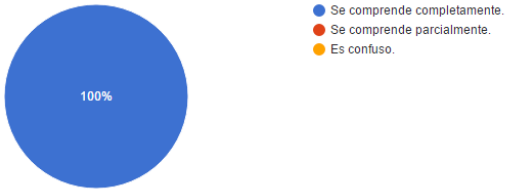
ANEXO 3

Validación con Grupo Objetivo

La duración del material te parece:



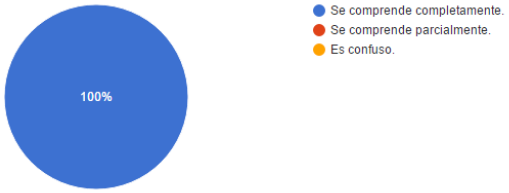
El mensaje en el video 1, AMDA:



El mensaje en el video 2, naturaleza:

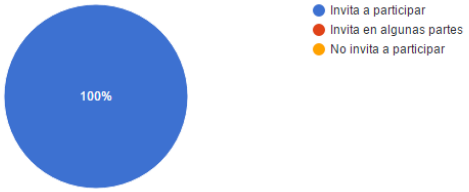
El mensaje en el video 3, deportes:

El mensaje en el video 4, OMM:

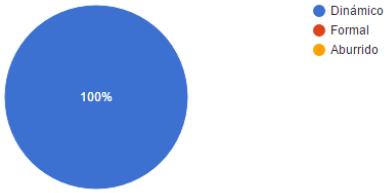


El mensaje es:

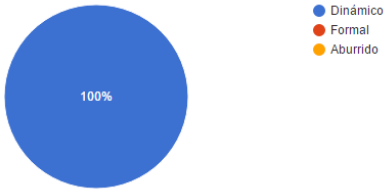
El mensaje es:



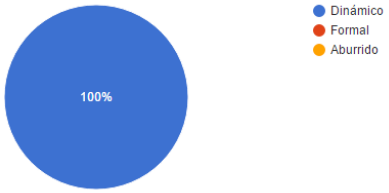
El audiovisual 1 (AMDA) es:



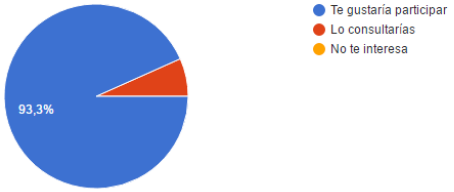
El audiovisual 2 (Naturaleza) es:



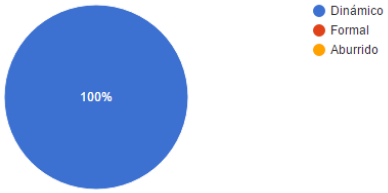
El audiovisual 3 DMP es:



Al ver estas piezas:



El audiovisual 4 (OMM) es:



ANEXO 4

Entrega de la pieza gráfica a la institución

La presentación del proyecto “Diseño gráfico de material multimedia interactivo para mejorar la comunicación visual dirigida a la población juvenil de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez”. Se proyectó en el Auditorio de la Facultad de Arquitectura el día 8 de Noviembre del 2016 durante el transcurso de la presentación de 10:30 a 12:30 P.M. Estando presentes la Licda. Betzaida González de Paguaga y el comunicador Social Emmanuel Letona representante de Relaciones Públicas de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

Guatemala, octubre 09 de 2017.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **VERNIE ANDREA QUIQUIVIX CHOJOLÁN,** Carné universitario: **201220333,** realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO GRÁFICO DE MATERIAL MULTIMEDIA INTERACTIVO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN VISUAL DIRIGIDA A LA POBLACIÓN JUVENIL DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ,** previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859 - – maricellasaravia@hotmail.com

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño gráfico de material multimedia interactivo para mejorar la comunicación visual dirigida a la población juvenil de la Municipalidad de San Lucas Sacatepéquez.

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Vernie Andrea Quiquivix Chojolán

Asesorado por:

Licda. Erika Grajeda Godínez

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano