

**Diseño de material audiovisual institucional
para la organización “Jóvenes Contra la Violencia”
para fomentar la cultura de la no violencia en Guatemala**





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



Diseño de material audiovisual institucional para la organización “Jóvenes Contra la Violencia” para fomentar la cultura de la no violencia en Guatemala

Presentado por: Ana Yocasta de León Zapeta previo a optar al título de: Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre 2019

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Nómina de autoridades

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Lic. Carlos Franco
Asesor Gráfico

Lic. Fernando Fuentes
Tercer Asesor

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico



Dedicatoria & Agradecimientos

Quiero agradecer a Dios por darme fuerza, vida y salud en este proceso. Así mismo dedicar este informe a mis padres y hermana por el apoyo incondicional que me han brindado desde siempre, y agradecerles por creer en mí. A Manny, por motivarme a seguir adelante. A mis amigos José Rosales, Josías García, Dara Aguilar, Jorge López y a los voluntarios de la organización por su apoyo. A Jóvenes Contra la Violencia, por el trabajo diario que hacen para prevenir la violencia en Guatemala. A mis asesores, por acompañarme durante este proceso guiándome y creyendo en mi capacidad para realizarlo. Finalmente, a la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme todos los conocimientos para realizar este proyecto de graduación, y por sembrar en mí la necesidad permanente de ayudar al desarrollo del país.

1. INTRODUCCIÓN 13

Antecedentes	14
--------------	----

Identificación del problema	17
-----------------------------	----

Justificación del proyecto	19
----------------------------	----

Objetivos del proyecto	21
------------------------	----

2. PERFILES 23

Perfil de la institución	25
--------------------------	----

Perfil del Grupo Objetivo	31
---------------------------	----

3. PLANEACIÓN OPERATIVA 33

Ruta Crítica	35
--------------	----

Cronograma	37
------------	----

4. MARCO TEÓRICO 39

Ensayo de Problemática	40
------------------------	----

Ensayo de Diseño	45
------------------	----

5. DEFINICIÓN CREATIVA 51

Brief de Diseño	52
Estrategia	54
Concepto Creativo	60

7. PRODUCCIÓN GRÁFICA 65

Visualización 1	66
Visualización 2	74
Visualización 3	84
Propuesta Final	92

7. SÍNTESIS DEL PROCESO 101

Lecciones Aprendidas	102
Conclusiones	103
Recomendaciones	104
Anexos	108

Presentación

La violencia en Guatemala es uno de los problemas sociales más fuertes y visibles. Es un problema cuya causa principal es el subdesarrollo del país. Privar de educación, alimentación y de recursos a la población hace que conductas violentas puedan surgir, pues una vida sin estas necesidades cubiertas se vuelve una vida poco digna. Por esta razón organizaciones como Jóvenes Contra la Violencia surgen con la misión de trabajar por la prevención de la violencia y el desarrollo del país, de la mano de comunidades, autoridades y voluntarios.

El Diseño Gráfico tiene la responsabilidad como profesión de ayudar al desarrollo del país. Por esto junto a la organización anterior, se identificó un problema y se propuso una solución de diseño audiovisual. El proyecto tiene como objetivo fomentar la participación de la juventud en la prevención de violencia, por medio del llamado de voluntarios.

El audiovisual propone un acercamiento transparente a el trabajo y a los voluntarios de la organización, para que el grupo objetivo logre una vinculación directa con la organización y su misión. Este informe explica desde la búsqueda del problema de comunicación de la organización, hasta la pieza final realizada para su solución.

1 **INTRODUCCIÓN**

Antecedentes

La violencia en Guatemala

Para comprender el objetivo del proyecto es necesario tener una noción básica sobre el problema social que el proyecto pretende abarcar, por lo que se realizó un diagnóstico sobre el mismo, buscando identificar el papel que juega la violencia en Guatemala. Según la Organización Mundial de la Salud, la violencia se define como el uso intencional de la fuerza o de las amenazas. Esto tiene como consecuencia daños psicológicos, traumatismo, problemas de desarrollo o la muerte. La violencia es la interacción que se manifiesta en conductas o situaciones que de forma aprendida o imitada amenazan con hacer daño físico, sexual, verbal o psicológico a un individuo o a una colectividad, afectando a su víctima de tal manera que puede limitar su potencialidad presente o futura. Puede producirse a través de acciones y lenguajes, pero también nace de silencios e inacciones. Esto quiere decir que la violencia tiene un efecto negativo sobre la población en un aspecto mental y cultural que posteriormente se refleja en comportamientos indiferentes, defensivos e incluso en comportamientos de violencia.

**54 homicidios por
cada 10,000
habitantes**

“Las 20 ciudades más peligrosas” BBC (2017)

En Guatemala la violencia es un problema de alta magnitud, ya que se registran 53.94 homicidios por cada 10,000 habitantes, según BBC (2017) en su artículo “Las 50 ciudades más peligrosas”. Las extorsiones, los asaltos, el crimen organizado y la discriminación son algunas formas en las que la violencia se desenvuelve en el país. Los grupos afectados en la sociedad guatemalteca son tanto mujeres como hombres y en especial jóvenes. Ya que en Guatemala para el 2009 el 70% de la población que estaba en casos de violencia tenía menos de 35 años (CIA World Factbook).

	Guatemala	Jutiapa	Jalapa	Chiquimula	Zacapa	Escuintla	Santa Rosa	Suchitepéquez	Retalhuleu	Quezaltenango	San Marcos	Huehuetenango	Totonicapán	Alta Verapaz	Baja Verapaz	El Progreso	Izabal	Petén	Quiché	Sololá	Chimaltenango	Sacatepéquez	Total
Muertes violentas	150	11	8	24	19	44	12	6	3	19	21	7	1	8	2	10	23	24	1	3	14	0	410
Heridos en hechos violentos	281	13	10	12	18	36	24	6	7	8	4	11	0	13	3	9	19	6	5	3	8	4	500
Robo a residencias	38	0	0	1	1	2	0	1	3	1	1	1	2	4	0	1	0	1	0	0	1	4	62
Robo a comercios	28	0	0	1	2	0	0	0	2	4	0	1	0	1	0	0	3	0	3	1	7	0	53
Robo de vehículos	160	4	1	2	9	13	9	0	3	17	2	6	3	5	0	3	5	4	1	0	3	12	262
Robo de motocicletas	146	6	3	10	14	101	4	13	11	13	1	13	0	20	1	1	22	19	4	1	20	13	436
Robo de armas	29	2	1	7	9	14	3	7	2	1	1	0	0	4	1	3	1	7	0	0	4	1	97
Robo a peatones	35	0	3	5	0	8	5	9	4	3	2	2	2	3	1	1	3	3	2	0	1	1	93
Robo en transporte colectivo	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Delitos sexuales	7	1	1	0	0	1	1	2	2	3	2	1	0	7	0	1	2	2	1	2	1	3	40

Fuente: "Informe anual del 2017", Secretaría Técnica de Consejo Nacional de Seguridad. Guatemala 2017.

Los índices de violencia registrados por el informe anual del 2017 de la STCNS muestra que 410 personas en promedio mueren de manera violenta mensualmente en el país. El motivo de la violencia en Guatemala es la privación de una vida digna, situación que provoca fenómenos sociales como maras, delincuencia y crimen organizado. Todo esto genera una cultura de violencia que deja con muy pocas oportunidades a la juventud, creando un círculo vicioso que únicamente genera más violencia.

El temor por los encuentros violentos es una constante en la población debido a la gran cantidad de muertes violentas. Una de las causas del incremento de la violencia es que el agresor no recibe una sanción por cometer el delito. Esto ocurre porque tampoco llega a existir una denuncia de parte del pueblo, a causa de la inseguridad y la falta de confianza en los procesos gubernamentales.

Organización “Jóvenes Contra la Violencia” y el problema social

En Guatemala existen organizaciones no gubernamentales que se enfocan en la prevención de la violencia como Mercy Corps Guatemala, USAID, Asociación con Fe y Alegría, FLACSO, o IEPADES. Al igual que estas instituciones, Asociación por una Vida Digna con su proyecto Jóvenes Contra la Violencia, se enfoca en fomentar la cultura de la no violencia en poblaciones en riesgo. Jóvenes Contra La Violencia le da tratamiento a la cultura de violencia que la población vive en Guatemala. Según la institución, hay tres grupos que deben trabajar en equipo para prevenir la violencia:

-
- La juventud y los padres a través de la educación en la cultura de no violencia y la formulación de proyectos de vida.
 - Las comunidades a través de mesas de diálogo y plataformas de interacción.
 - Los políticos y líderes comunales a través de mesas de diálogo sobre ideas planteadas por la juventud.
-

Identificación del problema de comunicación



Fuente: JCV, Plataformas de diálogo 2015

Antecedentes de comunicación

La organización Jóvenes Contra la Violencia ha recibido premios Effie por el desarrollo de su imagen institucional y por campañas de prevención de violencia. Las piezas gráficas han sido realizadas mediante el trabajo en equipo de la institución con estudios de diseño, dando buenos resultados ya que la calidad gráfica siempre ha contado con respaldo profesional. Según la institución la campaña con mejores resultados y alcance

fue la de espantacacos, plataforma digital de denuncia para crear una red de alertas alrededor de la ciudad. Sin embargo, se identificó que el problema de comunicación de la organización es la ausencia de material para mantener la marca. A pesar de que cuentan con videos informativos y página web, no se logra conocer el trabajo que realizan en su totalidad y tampoco se recibe una invitación directa a formar parte del su voluntariado.

Situación Actual de la institución

Con base en los premios que la organización ha recibido por sus proyectos y campañas, se asume que poseen una buena gráfica. La imagen institucional es utilizada en toda centroamérica. En la actualidad se han enfocado en desarrollar programas de desarrollo y prevención, es decir trabajo de campo. Esto indica que tanto las campañas como la promoción de la marca Jóvenes Contra la Violencia se colocó en un plano secundario, afectando a la organización en gran manera pues su forma de desarrollarse es por medio del trabajo del equipo de patrocinadores y de voluntarios.

Es decir que al no comunicar los proyectos de la organización ni promocionarse a sí misma, no pueden seguir creciendo numéricamente en voluntariado ni patrocinio, pues de no ser por un contacto directo con alguno de sus proyectos, las personas no tienen información a cerca de la institución, y tampoco conocimiento de sus proyectos. Teniendo en cuenta la importancia de la promoción que necesita la organización para poder funcionar, es necesario aportar a la difusión de esta información desde un medio accesible, como lo es el audiovisual, pues mientras más voluntarios se sumen a el trabajo de prevención, la cultura de la no violencia podrá crecer más en Guatemala.

Justificación del proyecto

Trascendencia

Según el informe de la Secretaría Técnica del Consejo de Seguridad Nacional (2017), la juventud es la más afectada por la violencia. Los jóvenes son autores y víctimas de los actos violentos, por ello es importante invertir e intervenir gráficamente en sensibilizar y concientizar a la juventud, pues son el grupo social con más probabilidad de generar un cambio. El proyecto aporta a el fomento y difusión de la cultura de la no violencia, a través de un audiovisual institucional que informa del problema social, los proyectos y los métodos de prevención de violencia que desarrolla la organización. Así mismo, invita a la juventud a unirse al voluntariado de la organización, haciendo así que la cultura de no violencia se expanda en el país.

Incidencia

El desarrollo de un audiovisual informativo institucional permitiría que la organización difunda y comunique información sobre sus proyectos y métodos de prevención. Contar con material audiovisual informativo institucional, resume de manera atractiva y digerible toda esta información, provocando en la población un efecto de seguridad y veracidad, creando así una conexión con la juventud, motivando así mismo a participar en sus actividades y fomentando la cultura de la no violencia.

Factibilidad

Un audiovisual informativo sobre los proyectos de Jóvenes Contra la Violencia es factible por el contexto actual de la institución. Económicamente, un audiovisual es viable en cuanto a difusión por la existencia de las redes sociales y los contactos en medios de comunicación que poseen. Esto significa que en gastos de impresión, espacio publicitario no genera un gasto mayor. En cuanto al grupo objetivo, su manera de comunicarse es por medio de las redes sociales y en su mayoría el método de entretenimiento es el internet y la televisión. En cuanto al recurso humano, la institución cuenta con el apoyo de voluntarios de distintas regiones del país para realizar sus proyectos. La institución así mismo tiene una amplia variedad de proyectos comunitarios y regionales, que son poco conocidos pero muy necesarios para la población, por lo que la motivación para realizar un audiovisual que resuma todo este contenido, aportaría un ahorro de tiempo para explicar los programas, y al mismo tiempo abriría las puertas a todos los que quieran formar parte de la causa. En cuanto a producción para el realizador es viable por contar con los conocimientos necesarios, el equipo y la asesoría para desarrollar el proyecto de la mejor manera.

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Contribuir a través de la disciplina del Diseño Gráfico a la divulgación de la cultura de la no violencia en Guatemala.

Objetivo de Comunicación Visual

Fomentar la cultura de la no violencia a través de una pieza audiovisual para la organización Jóvenes Contra la violencia.

Objetivo de Diseño Gráfico

Producir una pieza audiovisual institucional que explique y sintetice de forma gráfica los proyectos, valores y oportunidades que Jóvenes Contra la Violencia brinda, invitando a formar parte del voluntariado y utilizando un concepto creativo que se adecúe tanto a la organización como a su grupo objetivo.

2

PERFILES



Perfil de la institución



Jóvenes Contra la Violencia Guatemala

Según datos obtenidos de la página web institucional y entrevistas con la junta directiva de la organización, Jóvenes Contra la Violencia se define como una organización que busca sensibilizar y difundir una cultura de no violencia. La organización trabaja para erradicar la cultura de violencia del país, a través de proyectos de ayuda y prevención con enfoque en comunidades en riesgo, autoridades y voluntarios.

Visión

Ser un país con más y mejores oportunidades para los jóvenes, especialmente los que viven en situación de riesgo y áreas vulnerables.

Misión

Jóvenes que previenen la violencia juvenil por medio de propuestas y acciones que sensibilizan y motivan a los jóvenes guatemaltecos, especialmente para comunidades en riesgo.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Reseña histórica

Jóvenes contra la Violencia surge como un movimiento social que busca posicionar de nuevo la opinión pública y llevar a la mesa política el tema de prevención de la violencia. Inició en el año 2009 como un movimiento integrado por jóvenes indignados por el incremento del índice de violencia del país, acontecimiento que los llevó a organizarse y crear espacios de diálogo y creación contra la violencia. El proyecto fue adoptado como un programa de Asociación Por una Vida Digna, que igualmente lucha por la seguridad ciudadana y la convivencia pacífica. (JCV, 2010)

Actualmente, participan jóvenes de diferentes grupos y estratos sociales, con el propósito de discutir y hablar sobre la prevención de violencia, y así mismo crear estrategias que ayuden a la solución de los problemas. El programa tiene alcance en los municipios de: Guatemala, Mixco, Villa Nueva y Peronía. La población beneficiada hasta ahora son hombres y mujeres desde los 7 años de edad. Jóvenes contra la violencia busca que Guatemala y toda Centroamérica habite dentro de la cultura de paz, de denuncia y de empatía.

Proyectos de la institución

Segun Jóvenes Contra la violencia en su presentación oficial del 2015, La institución realiza proyectos con niños, adolescentes, jóvenes y adultos, logrando una verdadera unión y trabajo en equipo para desarrollar proyectos que ayuden a la prevención de la violencia y al desarrollo. Entre sus proyectos más importantes, se encuentran los siguientes:

Educación para la vida

Jóvenes Contra la Violencia ha implementado el Modelo “Por una Vida Digna”, que tiene como objetivo posicionar la importancia de la educación y su valía en las comunidades para la dignificación de vidas. Posee tres componentes específicos que se detallan a continuación:

- **Desarrollar capacidades en los padres de familia como primeros educadores de la vida.**
- **Fortalecer las capacidades de los maestros para ser buenos orientadores de vida.**
- **Diseñar un proyecto de vida para los niños y jóvenes de las comunidades en riesgo.**

Plataformas de diálogo y seguridad comunitaria

Este componente promueve la creación de Planes de Acción Comunitarios, que contengan estrategias para ejecutarse a corto plazo y que garanticen la Seguridad dentro de las comunidades. Para el desarrollo de los planes, se involucra a todos, incluyendo vecinos, autoridades y jóvenes voluntarios.

Innovación ciudadana

Promueven espacios que resaltan la importancia de la participación ciudadana y ponen su confianza en la articulación de esfuerzos con las instituciones del Estado para incidir a nivel local, nacional y regional en la formulación de políticas y programas relacionados con seguridad ciudadana y prevención de la violencia.

Incidencia juvenil

En este espacio se trabaja con jóvenes del voluntariado realizando proyectos de ayuda comunitaria, como recuperación de espacios públicos, actividades culturales y actividades educativas. Todo en función de sembrar la cultura de la no violencia en los jóvenes.

Comunicación de Jóvenes Contra la Violencia

Jóvenes contra la violencia enfatiza en el mensaje de la prevención de la violencia. Temas como el desarrollo del plan de vida o la organización comunitaria, toman en varias ocasiones el papel principal de las piezas de comunicación de la institución. A continuación se explicará cada una de las estrategias de comunicación:

Diseño Digital

A través de sus redes sociales Jóvenes Contra la Violencia busca informar de sus actividades y proyectos, concientizar acerca de problemas sociales y mantener una relación directa con su público. Su forma de presentarse es amigable. utilizan ilustración, tipografía inspirada en lettering y también una paleta de colores bastante viva. Sus mensajes van desde la promoción de talleres y voluntariados, hasta versiones digitales de sus campañas o proyectos BTL. Este medio es bastante efectivo en el grupo objetivo al que ellos van dirigidos. Logran ser concisos, saben como tratar a su público y aunque la unidad visual no es la mejor, logran provocar impacto visual.



Fuente: JCV, 2012

Audiovisuales

Además de los medios antes mencionados, Jóvenes Contra la Violencia ha poseído un apoyo por parte de medios de comunicación, lo que ha culminado con reportajes audiovisuales de carácter informativo. Estos creados con el objetivo de informar acerca de uno de sus determinados proyectos, mostrar cómo ellos trabajan y motivar al público a formar parte del cambio. La efectividad de este medio puede ser relativa, ya que aunque su exposición es más grande su impacto puede verse afectado. Jóvenes Contra la Violencia también ha incidido en campañas audiovisuales, en donde ha tenido bastante impacto y bastante exposición gracias a sus enfoques distintos y altamente creativos. Una de sus campañas más efectivas fue la de “Vivos Muchá”, una campaña musical que llegó a ganar un Effie de Plata en 2011.

BTL

Este podría ser uno de los medios más utilizados y efectivos en la comunicación que realiza Jóvenes Contra la Violencia. Se centran en realizar campañas distintas que creen duda, incertidumbre, impacto en la población. Entre las campañas BTL que han realizado podemos mencionar la campaña Espanta Cacos, Campaña dirigida a un público objetivo joven, guatemaltecos y guatemaltecas de clase trabajadora que sufren la realidad del país. Este tipo de campañas es bastante efectivo en pequeños entornos, logra impactar a las personas que forman parte de las distintas acciones o estrategias y es una muy buena opción para instituciones como esta, ya que requieren más de creatividad que de recursos. La estrategia que manejan con este tipo de campañas es acercarse al lugar donde suceden las cosas, enfocándose en el impacto más que en la cantidad de personas que puedan verlo. Aunque siempre se acompañan con recursos digitales que hacen crecer el número de influenciados. “Espanta Cacos” logró un gran impacto, contanto con una aplicación y teniendo gran exposición por parte de medios masivos y de noticieros, llegando incluso a ganar un premio Effie de Oro en el 2012.



Fuente: JCV, 2011



Fuente: JCV, 2011

**PREVENÍ
LOS ASALTOS.**

JOVENES
CONTRA
LA VIOLENCIA

**INGRESANDO A
www.espantacacos.org**

WWW.FACEBOOK.COM/ESPANTACACOS
WWW.FACEBOOK.COM/MJCVGT

@MJCV_GT

Fuente: JCV, 2015



Fuente: Elaboración propia, 2018

Perfil del Grupo Objetivo

Sociodemográfico

El grupo objetivo es residente del país de Guatemala. Viven en el departamento de Guatemala y a sus alrededores. Nacimiento entre 1990 y 2002, con esperanza de vida de 73 años según la página web del Banco Mundial. (2016).

Socioeconómico

Nivel C+ a D+. Según la NSE AMAI (2018), son jóvenes estudiantes o trabajadores que cuentan con acceso a internet, invierten un porcentaje mayor al 10% de su presupuesto en educación, destinan el 35% o más de su presupuesto a alimentación y el 60% recibe ayuda económica.

Psicográfico

Su personalidad es proactiva, en un estado de constante aprendizaje, impacientes, apasionados, activos y analíticos. Sus valores son la amistad y también la individualidad. El aspecto social es un factor muy importante en su diario vivir. Necesitan estar acompañados o tener amigos, por lo que las redes sociales y los espacios de interacción son parte importante de su día a día. Leen libros motivacionales, novelas y noticias digitales. La estética a la que acostumbran está definida por lo que ven en redes sociales, donde interactúan con perfiles de celebridades como Mon Laferte, Residente, y también con publicidad pagada de marcas de productos, la cual encuentran molesta, pues prefieren la publicidad que se relaciona con experiencias. Su día a día se estructura por actividades como estudiar, comer, socializar, trabajar y entretenimiento.

Relación con la institución

Jóvenes contra la violencia está formado por jóvenes voluntarios y organizadores que intentan mantener una relación de amistad respetuosa, de confianza y de aventura con su grupo objetivo que son los jóvenes mismos. La consejería, la formulación de ideas y el llegar a acuerdos como parte importante del proceso de comunicación de la institución hacen que la relación sea de confianza y jovialidad. Lo que el grupo objetivo siempre espera de la institución es encontrar un camino alternativo, una solución creativa o un pensamiento diferente que pueda ayudarlo a prevenir la violencia en su vida, en su entorno cercano y en su país.

3

PLANEACIÓN OPERATIVA

Ruta Crítica y Cronograma

Ruta Crítica

Como primer paso para la planeación de un proyecto, es necesario crear un plan de trabajo. Una guía detallada y estructurada cuya función sea servir como mapa para poder realizar entregas y avances del mismo. Por ello, se creó una ruta crítica para el proyecto, que plantea desde el contacto con la institución hasta la entrega del proyecto final, incorporando listas de previsión de recursos para llevar a cabo el proyecto.

Cronograma

El cronograma es un mapa para visualizar el proyecto desde el factor del tiempo. En él se pueden identificar todos los procesos que fueron descritos en la ruta crítica con un tiempo exacto establecido.

Ruta crítica de la pieza a diseñar

1

Visita Jóvenes Contra La Violencia

- Definición en conjunto de la pieza de material gráfico audiovisual a realizar.
- Recopilación de información necesaria para la pieza.
- Investigación sobre métodos y piezas para solucionar la necesidad de comunicación de la organización.

Insumos

- Computadora e internet para investigar
- Carro
- Q.100 en gasolina
- Cuaderno para apuntes
- Carpeta para documentos de apoyo

Tiempo

- Visita para definición de pieza: 2 horas
- Recopilación de información: 1 semana
- Total: 1 semana y 2 días.

Completado

No completado

Regresar a paso 1

2

Etapa 1 del Proceso Creativo

- Búsqueda de referencias y fundamentación en base a materiales audiovisuales ya realizados en la misma temática.
- Búsqueda de insights y conceptualización
- Búsqueda de referencias y moodboards para línea gráfica de motion.
- Escritura de dos guiones para audiovisual.
- Redacción del primer guión técnico para ambas propuestas.
- Desarrollo de dos storyboards y bocetaje de motion
- Desglose de guiones

Insumos

- Hojas de papel bond
- Lápiz
- Computadora con Word
- Excel
- Carro
- Q.800 Gasolina
- Celular con saldo
- Equipo de filmación audiovisual
- Computadora para edición
- Personal de apoyo para rodaje

Tiempo

- Conceptualización y bocetaje: 1 semana
- Aprobación y correcciones : 1 día
- Pre producción: 1.5 semana
- Producción: 2 semanas
- Edición: 2 semana
- Total: 6 semanas y 3 días

Etapa 2 del Proceso Creativo

- Pre producción: en base a investigación y recopilación de información previa, establecer fechas, locaciones, equipo y plan de rodaje.
- Pre producción 2: conseguir elementos necesarios para el rodaje.
- Producción: Filmación y digitalización del material audiovisual. Llevar control sobre los planos realizados.

Etapa 3 del Proceso Creativo

- Edición: Relización del corte tomando en cuenta la postproducción de sonido y colorización del material audiovisual, y motion graphics necesarios.

Completado

No completado

Regresar a paso 2

3 **Coevaluación**

- Redacción de preguntas para validar el concepto, forma, diseño y formato de la pieza
- Recolección de datos estadísticos
- Correcciones de asesor y los encuestados

Insumos

- Computadora con el material para proyectar
- Papel y lapiceros, impresora
- Folder para encuestas
- Carro para ir a realizar encuestas (Q.60 gas)

Tiempo

- Paso de encuestas: 1 día
- Asesoría con asesores de tesis: 3 horas
- Total: 2 días



4 **Validación y Aprobación del material con Jóvenes contra la Violencia**

- Crear presentación con el concepto, fundamentación e investigación previa.
- Presentársela a clientes, dando información detallada de cada paso de la conceptualización, desde mapas mentales, investigación, bocetos, digitalización y validación por asesores.
- Presentación del material audiovisual
- Validación por medio de encuesta y entrevistas.
- Tabulación de datos y correcciones

Insumos

- Hojas de papel bond
- Lápiceros
- Computadora con el material, cañonera
- Carro Q.60 Gasolina
- Cámara fotográfica para documentar

Tiempo

- Creación de presentación: 2 días
- Presentación y validación: 2 a 3 horas
- Total: 3 días



5 **Validación final con profesionales de diseño**

- Redacción de preguntas para validar el concepto, forma, diseño y formato de la pieza
- Tabulación de datos estadísticos
- Correcciones

Insumos

- Pieza gráfica en computadora
- Papel y lapiceros
- Impresora
- Folder para encuestas
- Carro para ir a realizar encuestas

Tiempo

- Primer ronda de encuestas: 1 día
- Segunda ronda de encuestas: 1 día
- Asesoría con asesores de tesis: 3 horas
- Total: 3 días



6 **Entrega del proyecto y del informe**

- Redacción del informe terminado
- Entrega de material en DVD y USB a la institución
- Entrega en Universidad de ámbos materiales

Insumos

- Carro, 100 de gasolina
- CD y USB para regalar
- Impresos

Tiempo

- Entrega en institución: 1 día
- Entrega en USAC: 2 día
- Total: 3 días

Cronograma del proyecto de graduación

Agosto	Semanas	1	2	3	4	5
Reunión con institución		■				
Definición del proyecto a realizar			■			
Investigación preliminar para marco teórico			■	■	■	
Brief del cliente			■			
Búsqueda de referencias			■	■	■	
Definición de Concepto Creativo					■	■
Inicio de redacción del informe				■	■	
Definición de premisas para diseño					■	■
Septiembre	Semanas	1	2	3	4	5
Inicio de bocetaje		■	■			
Gestión de contenido y asesoría con institución			■	■	■	
Desarrollo y redacción del nivel uno de visualización				■	■	■
Autoevaluación						■
Correcciones						■
Marco Teórico				■	■	■
Octubre	Semanas	1	2	3	4	5
Desarrollo de visualización dos		■				
Coevaluación y asesoría profesional		■	■	■	■	
Post producción en su totalidad para el preyecto			■	■	■	
Validación del material				■	■	
Entrega del material						■

4

MARCO TEÓRICO

La Violencia en Guatemala y Jóvenes Contra la Violencia

Guatemala es un país que se encuentra en vías de desarrollo. Esto significa que está en la labor de convertirse en un país sustentable: “un país que tiene cero pobreza, cero hambre, salud, educación, agua y energía limpia, economía estable, paz, justicia otras cualidades que garantizan la vida digna de sus habitantes” (ONU, 2015). Sin embargo, obstáculos como la corrupción, la injusticia y la impunidad han retrasado la ejecución de proyectos de desarrollo social, creando a su paso problemas sociales que acaban con la población de manera moral, física, psicológica y dejándola en un estado paupérrimo, obteniendo como resultado una sociedad violenta. Hablar de violencia o de la definición de la misma es complejo, pues a pesar de que ha sido objeto de estudio por varias décadas no se ha logrado definir sus diversos orígenes con precisión. (Vela, 2001) Siendo su definición académica “la violación de los derechos humanos” (Domenach, 1989). La causa de la violencia queda como un concepto muy abierto.

Un ejemplo de violación de derechos humanos podría ser la privación de alimentos, educación, vida y salud. Sin embargo cuando el término de violencia es mencionado surge como referencia inmediata la agresión física, tal cómo lo describe el diccionario filosófico de Lalande: “La violencia es el empleo ilegítimo o ilegal de la fuerza” (Lalande, 1923). Pero hablar de violencia es mucho más profundo que una agresión física. Tiene diferentes causalidades, con raíces de diversas naturalezas. Galtung señala que se identifican tres tipos de violencia: la directa, la institucional y la estructural (Galtung 2003). Sin embargo, también se plantea desde otro punto de vista: física, moral y psicológico (Domenach, 1989). Si se hace una comparación, ambas versiones tienen relación una con la otra. La violencia directa es un sinónimo de la violencia física, la violencia institucional es realmente una violencia moral, y la violencia estructural es una violencia psicológica.

Se debe identificar que acciones como golpear, robar o insultar son acciones de violencia directa. La violencia directa es la que se puede visualizar y percibir, una violencia que puede ser calificada como un comportamiento y que además tiene la diferencia de ser juzgada y sancionada por la ley, esto incluyendo la violencia doméstica, escolar, callejera, delictiva y pandilleril (FLACSO, 2015). Esta violencia es la que se menciona en los periódicos, la que todos temen sufrir cuando van caminando por la calle. Es entendida también como violencia física, ya que su forma de manifestarse es por medio de agresión. Está en la cima de la pirámide por ser la violencia más visible, además de ser un resultante de varias conductas y problemas intrínsecos (Sequén, 2001). Por su intensidad, no se logra analizar que este tipo de violencia tiene un origen más profundo que el de la naturaleza física humana (Domenach, 1989). Se sabe que un comportamiento violento no surge sin precedentes, y es bien sugerido que existe una causa o una historia en el pasado del agresor que causó la cultura de violencia. Sin embargo el único motivo que se considera justificación para un acto delictivo, por ejemplo, es que el delincuente es de escasos recursos y necesita tomar las pertenencias ajenas para sobrevivir. Esto nos da un claro ejemplo de lo superficial que es considerada la causa de la violencia directa, pues no se analiza a profundidad cómo llegó el delincuente o su familia a un estado de pobreza, cómo no pudieron conseguir un trabajo, un hogar propio, una educación de calidad o un estado de salud bueno, es decir, cómo la sociedad en la que vive influyó en su comportamiento.

Esto nos lleva al siguiente tipo de violencia: la violencia institucional, que en la pirámide de Galtung (2003) se encuentra bajo la violencia directa. La violencia institucional trata de acciones que perjudican el desarrollo de las instituciones sociales, como hospitales, negocios, prisiones, empresas e incluso el ejército (Manolo V., Alexander S., Hugo S., 2001). Es decir que este tipo de violencia es casi invisible en cuanto a acciones, pero es perceptible en el sentido de avance social, pues las instituciones no logran llevar a cabo sus proyectos de desarrollo a causa de esta y tiene repercusiones grandes y directas sobre los habitantes. Un ejemplo claro y latente en el país, es el de la corrupción. La corrupción es un tipo de violencia institucional, ya que obstaculiza el desenvolvimiento de proyectos sociales que tienen como objetivo ayudar al país a volverse sustentable.

Sin embargo, un mal desarrollo de trabajo dentro de las instituciones sociales no es la única causa, hay más causalidades que surgen desde el interior psicológico de quienes cometen estos hechos violentos. Desde sus costumbres, creencias, tradiciones, e incluso de los mensajes que reciben día a día. En resumen, la tercer violencia es la violencia estructural y cultural. Este tipo de violencia se puede sintetizar en dos aspectos: la discriminación y la aceptación de desigualdades. Así como surgen ataques físicos violentos, surgen ataques psicológicos y estructurales. Como por ejemplo, un personaje religioso y conservador no puede aceptar la existencia de otro individuo que tenga una orientación sexual no convencional, y viceversa. Según Manolo V. (2001) este tipo de violencia es del tipo invisible y abstracto.

Sin embargo, actualmente se defiende mucho la dignidad psicológica de las personas. Se defiende cualquier postura que es diferente a las posturas tradicionales, hablando en cuestión de género, religión, etnia o raza, y se ataca al que no cree en la diversidad, convirtiéndose este en un ataque psicológico igualmente. Este tipo de violencia es la más poderosa por que está en la mente de las personas. Es la que impulsa a cometer más violencias, ya sean institucionales o físicas, pues todo comienza desde el interior y puede abarcar y dividir grandes grupos poblacionales. Es así como nacen también las desigualdades: los estratos sociales, el poder militar y estructuras verticales que se esmeran en mantener por debajo al que creen que debe ir debajo. Así mismo, la enseñanza de pertenencia en algún lugar de la estructura vertical (Sequén, A., Vela, 2001). Todo esto, toda esta estructura y reglas sociales influyen en la manera de pensar de las personas, y así sellan dentro de ellas creencias que definen el grado de violencia que pueden llegar a ejercer. De esto también vale resaltar que se pueden desprender temas como la pobreza, analfabetismo, racismo, etc. Habiendo definido los orígenes por categoría, se puede predecir que estadísticamente, todos los estratos, culturas y religiones que habitan en el país tienen una forma de ejercer violencia, y sea de forma directa, institucional o estructural. (Gultang, 2003) Sin embargo los estudios realizados a nivel nacional se basan en la violencia más visible, pues es a su vez la única que puede ser cuantitativa. Según datos de la policía nacional civil desde el 2000 hasta el 2009, “ la tasa de homicidios en Guatemala aumentó de 26 a 48 homicidios por cada 100,000 habitantes” (PNC 2017). Esto equivale a una muerte por cada 90 minutos durante todo el transcurso del año mencionado. Sin embargo del 2009 al 2017, la tasa descendió a 25 homicidios, siendo esta la cantidad más baja de la tasa desde la firma de Acuerdos de Paz (JCV, 2016).

Tomando en cuenta que el homicidio es la máxima expresión de la violencia, es considerado el punto base para calcular quién es la población más afectada. “Más del 50% de las víctimas por violencia física tienen de 18 a 25 años” (PNC, 2016). Esto significa que la población que más sufre a causa de la violencia, son los jóvenes. Sin embargo, la población que más comete actos violentos es la población joven. Gracias a este análisis realizado tanto por la policía como por la secretaría de seguridad nacional, surgen organizaciones no gubernamentales cuyo enfoque es la rehabilitación y prevención de la violencia. “En el caso de la rehabilitación, las instituciones enfocaban sus recursos en grupos juveniles como las pandillas o maras.

Estas agrupaciones tienden a estar dentro de áreas marginales, por lo que las instituciones que trabajaron durante el pico de la tasa de homicidios guatemalteca enfocaron sus recursos y trabajo en las mismas, con la intención de educar, rehabilitar y reinsertar a los miembros dentro de la sociedad” (Bastos, M., 2015). Sin embargo, la visión de rehabilitación pareció desaparecer cuando las organizaciones se dieron cuenta del peligro que significaba para los trabajadores de las mismas, por lo que poco a poco fueron disminuyendo y quedaron en mayoría las instituciones enfocadas en la prevención. Estas instituciones se dedican a tomar a jóvenes en riesgo de adoptar una cultura violenta, y así mismo educarlos, formarlos y motivarlos a tener una vida lejos de la violencia.

Jóvenes Contra la Violencia es un proyecto de la Asociación por una Vida Digna, una de las instituciones que enfocan su trabajo en la prevención de la violencia. Su trabajo es formar como buenos ciudadanos a los jóvenes en alto riesgo de violencia, a través de talleres educativos, activaciones en pro de sus comunidades y plataformas de diálogo. “Todos los proyectos que desarrollan son con el fin de empoderar a los jóvenes y volverlos independientes, responsables y conscientes, para que ellos mismos puedan compartir este conocimiento y lograr unidad y seguridad y desarrollo en el país”(JCV, Presentación institucional 2015).

Si bien la percepción de Jóvenes Contra la Violencia con respecto a la violencia, es mayormente enfocada en la violencia directa, sus métodos y enseñanzas incluyen la prevención de la violencia institucional y estructural, pues desde la educación forman las mentes de los jóvenes voluntarios para ser ejemplares tanto intelectual como moralmente. “Dentro de sus proyectos más fuertes tienen el programa de Incidencia Juvenil, donde jóvenes de áreas rojas trabajan y gestionan con la ayuda de un instructor, proyectos para la mejora de su comunidad, como la recuperación de espacios públicos, actividades culturales y lugares de diálogo, en función de buscar una convivencia pacífica dentro de la comunidad” (JCV, Página web oficial de JCV, 2010). Su principal herramienta es trabajar con el enfoque de volver un espacio un lugar unido y sin violencia, donde el concepto de convivencia pacífica abra las puertas para disminuir la violencia. Trabajan así mismo con foros, hackatones, festivales y mesas de diálogo, donde las ideas y necesidades de los jóvenes son escuchadas, debatidas y desarrolladas. Este tipo de proyectos permiten la participación de los jóvenes como autores y agentes de cambio no sólo para sus comunidades si no para el país y las regiones, utilizando como herramienta principal la voz y las ideas juveniles como la base para nuevos proyectos de desarrollo social. Jóvenes contra la violencia es consciente de que para lograr la paz en el país es necesario lograr una cultura de No Violencia, por lo que a través de sus proyectos de educación y formación ciudadana combate los tres tipos de violencia (directa, institucional y estructural (Gultang, 2003)). Es importante resaltar que al ser promotores de la voz y de la mente juvenil, contribuyen de manera directa al desarrollo del país. Y “una verdadera paz no es sólo tener ausencia de guerra o violencia. Es poder vivir plena y dignamente” Camus, *Dinosaurio Reloaded* (2015).

El Diseño Gráfico, el Audiovisual Informativo y su impacto en la Sociedad Actual.

En la sociedad actual, el acceso a información está al alcance de todos gracias a internet, las cadenas televisivas, los medios de comunicación y la globalización. Según Castells (2014) "Internet, en el centro de estas redes de comunicación, permite producir, distribuir y utilizar información digitalizada en cualquier formato, y la información que más sintetiza e influye a los consumidores en el grado de poder cultivar culturas, es la imagen". El diseño gráfico juega un papel importante en este ámbito, ya que ha pasado de enfocarse en cosas específicas a convertirse en una profesión multidisciplinaria que maneja tópicos como fotografía, ilustración, publicidad, audiovisual, estrategias de mercadeo y manejo de la imagen. Según Olivia Fragoso (2008) "Se hace fundamental dejar a un lado la visión unidisciplinaria y se debe considerar al diseño por sus características, como una actividad multidisciplinaria.

En especial por la cantidad de elementos que participan en este proceso creativo y por los distintos enfoques desde donde puede considerarse la realización y análisis de los objetos de diseño". En pocas palabras, el diseño gráfico tiene el rol de planear, crear y modificar imágenes que faciliten la recepción de mensajes. Sin embargo en la actualidad el audiovisual tiene un buen alcance. Las series de televisión, los noticieros, reportajes, películas, documentales y incluso los canales de youtube son parte del día a día del consumidor, y " la razón por la que el audiovisual informativo es tan frecuentado, es por la facilidad de transmisión de mensajes y su variedad en cuanto a temas, narrativas e interacción con sus grupos objetivos" (Cebrián, 1992). Por esta razón, el diseñador gráfico tiene la tarea de manejar la técnica audiovisual como parte de su habilidad multidisciplinaria.

Como se mencionó anteriormente, existe una gran variedad de formatos que se adecúan a las distintas necesidades de comunicación. Para entender la existencia de la variedad, se deben entender los orígenes de las formas naturales de los formatos. Por ejemplo, el audiovisual comenzó como un experimento óptico, pero realmente el filme cumplió la función de documentar. Luego, conforme el paso del tiempo y la evolución del cine, se orientó hacia una función de entretenimiento y documentación. Según Cebrián (1992), con el nacimiento de los noticieros y el uso de conocimientos de periodismo dentro del audiovisual, surge el término de audiovisual informativo y con él diferentes estilos y métodos de narrar. Se identificó 3 enfoques dentro de la rama informativa: el enfoque expresivo, el referencial y el apelativo. El género expresivo según Mariano Cebrián (1992) “ofrece la concepción y configuración personal del autor respecto a la realidad.” Esto quiere decir que el género se caracteriza por tener un punto de vista propio del autor incluido en la narrativa del audiovisual informativo. “El autor tiene la posibilidad de impregnar en su pieza opiniones e interpretaciones con respecto al tema, guiando por medio de los mismos al espectador para compartir y si es posible contagiar las opiniones expuestas.” (Cebrián, 1992). Este género audiovisual tiene el poder de influir en las mentes de los espectadores en gran manera, por lo que debe ser utilizado con gran madurez, ética y responsabilidad. Como piezas ejemplares del audiovisual informativo expresivo, se puede nombrar el testimonial, los comentarios e incluso la publicidad, ya que la última persuade a los consumidores por medio de información favorable de productos, provenientes de la misma empresa. A diferencia del género expresivo, el audiovisual informativo referencial “ofrecen una versión distanciada de los hechos” (Cebrián, 1992). Es decir que elimina toda la subjetividad y vuelve toda la narrativa una descripción objetiva del tópico.

Como ejemplo de este tipo de audiovisual se podría nombrar los tutoriales, documentales científicos e incluso el noticiero. Cebrián (1992) dijo “es poco probable que la subjetividad sea eliminada por completo, ya que al ser expuesta por un humano lleva consigo emociones e ideas implícitas, más no resaltadas.” Finalmente el audiovisual informativo apelativo, entra como el equilibrio entre las dos, ya que “expone una idea y en el mismo momento se debate ya sea con el público o con personajes externos al expositor de la idea.”(Cebrián, 1992) Es un método de difundir información más amigable e interactiva, ya que requiere obligatoriamente de personajes y el debate de dos ideas o más. Como ejemplo se podría mencionar los shows de televisión y los programas de radio. Este es un género importante, ya que es el único que permite al informador saber qué es lo que se piensa del tema, y también conocer a su público, sus ideas y sus formas de pensar.

El audiovisual informativo cuenta con tres formas naturales de informar, sin embargo existen nuevas variaciones de audiovisual informativo que han surgido tras las nuevas necesidades de comunicación de los distintos entes, y también por las nuevas plataformas que han nacido en estos últimos años. “Los videowalls, canales de youtube, videos musicales, video artes, videos educativos y spots son un claro ejemplo de la innovación y evolución que ha sufrido el audiovisual informativo” (Cebrián, 1992). Esto se debe a el crecimiento en las necesidades de comunicación debido a la globalización y al consumismo que es descriptivo de las ultimas generaciones. El diseñador gráfico ha tenido que acoplarse y entrar en el aspecto multidisciplinario de la profesión. Uno de los objetivos principales del diseñador es comunicar a través de imágenes y texto, ahora tiene el reto de hacerlo por medio del audiovisual. En el audiovisual informativo se requiere de un grado de síntesis y memorabilidad alto. El diseñador ya posee la habilidad de sintetizar, lo cual es útil pues la información llega de una manera directa y memorable. Además del aspecto técnico, el diseñador gráfico debe cumplir con ejercer la profesión de manera ética. El audiovisual y sus distintas formas de informar tienen el poder de transformar mentes e influir en ellas. Para este aspecto es necesario que tanto el diseñador como el informador o realizador audiovisual tengan discernimiento y una mente analítica. Tienen en sus manos el poder de impregnar y establecer ideas dentro de las mentes de los espectadores, lo que significa que pueden afectar la intelectualidad, cultura, hábitos y muchas cosas importantes más. Más que tener cuidado con la información que se comparte, se debe procurar compartir información de valor.

Luego de resaltar la importancia de la ética profesional, es vital mencionar así mismo que los aspectos técnicos dentro del audiovisual influyen mucho en el grado de influencia que pueda tener. Para que un audiovisual sea de buena calidad y comunique bien las ideas, debe contar con siete tecnicismos (dirección, producción, fotografía, arte, sonido, edición y continuidad) desarrollados de la mejor manera, pues afectan la narrativa de la misma. Uno de estos aspectos es el sonido. “El audiovisual, como dice su nombre, es 50% audio y 50% visual.” (Cebrián, 1992) Lo que significa que el sonido tiene un gran porcentaje de responsabilidad narrativa dentro de los videos. Existen varias maneras de emplear el sonido dentro del audiovisual, incluso estas mismas pueden ser combinadas en función de la narración. Una de ellas es la musicalización. Esta se encarga de resaltar emociones por medio de la música, incluso puede llegar a ser representativa de los filmes o spots. A grandes rasgos, son canciones que refuerzan la intencionalidad de las escenas. Una manera audible de narrativa es el diálogo. El diálogo guía historias y dependiendo del personaje que esté hablando, describe la personalidad de la historia, del contexto, de la temporalidad y del personaje mismo. El audio también es empleado de manera diegético y extradiegético como en voces en off, follies y recursos audibles que complementan la narrativa, creando una orquesta que cuenta historias por medio del sonido. La fotografía audiovisual tiene recursos narrativos muy interesantes. Cada valor de plano y movimiento de cámara tiene distinta connotación, como el plano contrapicado que hace alusión a la superioridad o la grandeza. Este es uno de los campos dentro de la fotografía con mayor peso. Definir planos contribuye a la descripción de personajes, de lugares, de situaciones y de ambientes. Así mismo la iluminación y el juego de colores. Los colores forman también parte importante del departamento de arte. El vestuario, el maquillaje, los atrezzo e incluso las locaciones y muebles contribuyen a la descripción y narración de una historia. Sin embargo para lograr armonía entre todos estos departamentos se necesita de alguien que conozca de los mismos y tenga una visión general para el desarrollo del audiovisual. Este es el trabajo del director. El director define qué estética fotográfica, de arte y sonido va a tener el audiovisual. Puede convertir un guion de terror en una historia de drama sólo con proponer nuevas estéticas. Sin embargo, un director que encamina bien toda esta orquesta de variables, es un director que puede llegar a comunicar bien cosas con las piezas audiovisuales. Así mismo el productor se encarga de dirigir estratégicamente toda la gestión de los recursos a utilizar en todos los departamentos. El productor se encarga que el audiovisual sea realizable desde el momento de concepción, el desarrollo y la difusión de la pieza audiovisual.

Finalmente la labor del diseñador gráfico cumple una función práctica y estética dentro del audiovisual. La selección tipográfica, las animaciones y los productos diseñados como props contribuyen de la misma manera que la fotografía, el sonido y el arte a la narrativa del audiovisual. Así mismo, es capaz de desarrollar una propuesta estética para el mismo, por su conocimiento en aspectos de composición, de color, de semántica y de cosas más técnicas como la animación, el motion graphic y los efectos especiales. Es importante que el realizador audiovisual y el diseñador gráfico conozcan sus capacidades de influencia en la mente de las personas. Ya que la sociedad vive rodeada de mensajes, íconos y sobre todo imágenes, la intención de las mismas debe ser con el fin de no provocar daños en la integridad intelectual, moral y ética de las personas, así como en la de ellos mismos.

5

DEFINICIÓN CREATIVA

Briefing de Diseño

Como parte del proceso de diseño es importante realizar un *Brief* para conocer a profundidad el producto o servicio para el cual se está realizando la pieza gráfica. A continuación, se presenta el *Brief* realizado para la organización Jóvenes Contra la Violencia.

Servicio de la empresa

Desarrolladores de proyectos comunitarios, campañas en pro de la convivencia pacífica y la prevención de violencia. También trabajan por el desarrollo del país, usando como herramienta principal la cultura de No Violencia.

Valores

Solidarios, amantes de la vida, chispudos, soñadores, luchadores, apasionados por Guate, valientes, optimistas y sanos.

Cualidades institucionales

Características

Según la observación realizada durante la primer semana de estadía en la sede, se puede nombrar entre las cualidades la jovialidad, facilidad de palabra, interacción fluída con los jóvenes, carisma, proactividad y perseverancia, así como los valores institucionales descritos anteriormente.

Características diferenciales

Jóvenes Contra la Violencia se diferencia de otras organizaciones por su calidad gráfica en campañas, por la trayectoria y experiencia de 10 años y por tener un nivel centroamericano (Guatemala, El Salvador y Honduras).

Grupo objetivo de la institución

Características demográficas

Jóvenes guatemaltecos de ámbos sexos, con edades desde los 10 a los 35 años, abarcando desde niños, adolescentes, jóvenes y adultos por igual.

Características socioeconómicas

El nivel socioeconómico de su grupo objetivo abarca desde el nivel C+ al C-, ya que los voluntarios que con los que la organización trabaja, pertenecen la mayor parte de tiempo a este grupo. Más del 50% de esta población cuenta con acceso a internet y poseen estudios más allá de la primaria, por lo que son conscientes y afines a la problemática de la violencia.

Características psicográficas

Durante la observación realizada en el tercer foro de jóvenes contra la violencia, se identificaron marcas como Wendy's, Coca Cola, Canon y Dell. Tienen salud física y mental. Se interesan por su educación y por la cultura del país. Se esfuerzan por estar en un estado saludable para poder estar en máximas condiciones interior y exteriormente para poder contribuir al país, y su cultura visual definida por su forma de vestir, por el contenido que consumen en redes, música y alimentos contiene una cantidad grande de colores vivos, texturas e iluminaciones.

Posicionamiento de la empresa

Jóvenes Contra la Violencia tiene reconocimiento internacional, pues tienen sedes en dos países de centroamérica y son apoyados por donantes norteamericanos, específicamente de Estados Unidos. Son reconocidos por sus métodos creativos ya que han ganado premios Effie.

Objetivos de comunicación

Mensaje de la organización

Llevar el mensaje de la cultura de no violencia y de la convivencia pacífica. El trabajo en equipo o unidad son la clave para lograr un país y una Guatemala pacífica.

Mensaje del video institucional

Según la institución, el video institucional debe describir los proyectos, valores y métodos de la empresa. Debe ser al mismo tiempo una invitación a ayudar, invertir y conocer la organización, en un tono amigable, jovial, sincero.

Estrategia de la pieza

La creación de una pieza de diseño que comunique los proyectos de Jóvenes Contra la Violencia es una de las mayores necesidades, pues a través de darse a conocer pueden llegar a más voluntarios que brinden recursos y tiempo para trabajar en la causa, y así poder disminuir la violencia y tener una Guatemala pacífica.

Por esto, la creación de un video institucional que explica detalladamente los proyectos que la organización realiza al igual que sus valores, es la mejor solución por el alcance, interactividad y rapidez del formato, pues el objetivo del audiovisual es llegar a personas que quieren ayudar. La pieza de diseño busca que voluntarios conozcan el trabajo de JCV y así mismo puedan aportar recursos a la organización para poder desarrollarse de una mejor y más rápida manera, ayudando a fomentar la cultura de no violencia.

El video institucional tiene una personalidad jovial, como la personalidad de la organización. Es un audiovisual que permite al grupo objetivo identificarse con la organización y sus miembros, y al mismo tiempo conocer los proyectos en los que puede aportar. La pieza audiovisual fue trabajada junto a los directores de Jóvenes Contra la Violencia, pues ellos brindaron todo el conocimiento de sus proyectos, métodos e incluso la personalidad de la organización. Para gestionar el contenido del video, se hizo una observación directa del comportamiento de la organización, para crear conceptos e insights.

Luego de la investigación a fondo de sus proyectos, se procedió a realizar la pre producción, rodaje y la post producción. El material final fue entregado en octubre del 2018. Se planea subir a todas sus redes sociales para tener no sólo un alcance nacional, si no internacional.

Comparación de piezas realizables

Video Institucional

Según Mariano Cebrián (1992) el Video institucional es una modalidad del video que se desarrolla en las empresas e instituciones en el marco de las estrategias de comunicación de las mismas. Es algo integrado en la imagen institucional. Cumple la función de comunicar tanto para empleados, como para clientes y proveedores.

Documental

El documental es un grado superior en la información. No se queda en los aspectos fugaces, si no que trata de llegar a las raíces de los hechos pasajeros (Cebrián, 1992). El documental Aborda la realidad directa. Busca lo permanente. Penetra en la realidad para adquirir un conocimiento global y más duradero.

Infografía

La Infografía es una combinación de imágenes explicativas y textos que tienen el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente.

Video Institucional	Documental	Infografía
Es directo, resumido y contiene imágenes bien cuidadas en lo estético.	Es realista, sumamente descriptivo y natural.	Es resumido, estético y atractivo visualmente.
Facilita la conexión entre el público y los miembros de la organización.	Crea empatía, permite al público vivir lo que observa.	No provoca una conexión pero es memorable.
Se puede planear de inicio a fin, sin improvisaciones.	Pueden surgir imprevistos u obstáculos en el rodaje.	Es planificado y fácil de desarrollar.
Es corto, tiene la duración necesaria.	Su duración puede variar.	Es permanente e inmóvil.
Su objetivo es describir, dar a conocer e invitar.	Su objetivo es retratar la realidad tal y como es.	Su objetivo es informar de la manera más sintetizada.
Se enfocaría en la organización y sus proyectos, valores y objetivos.	Se enfocaría en el problema social y los procesos reales de la organización.	Se enfocaría en comunicar todos los proyectos y valores pero sin una conexión directa.

Pieza a realizar

Las dos mejores opciones son video institucional e infografía. Se utilizará el video institucional por permitir una conexión e interacción más directa del grupo objetivo con la organización.

Brief Creativo

Luego de analizar las posibles piezas y elegir el audiovisual institucional como la pieza más adecuada para el proyecto, se procedió a iniciar el proceso creativo para encontrar un concepto. El concepto creativo permite desarrollar las premisas de diseño, cuya función es ser la base sobre la que el proyecto se desarrolla. Esto se realizó utilizando distintas técnicas que se describirán a continuación.

Lluvia de ideas

Se realizó una lluvia de ideas sobre palabras que se relacionan a la personalidad de Jóvenes Contra la Violencia, esto por que el proyecto tiene un carácter institucional. Para realizar esto, se hizo un día de observación de voluntarios y miembros de la organización. En base a esto, se anotaron palabras y cualidades de la organización.

Juventud - Convivir - No Violencia
Amistad - Pacífico - Guatemala
Unión - Movimiento - Acción
Voluntario - Voluntad - Ayudar
Sensibilizar - Hacer - Transformar
Convertir - Incluir - Innovar
Comunidad - Vida - Vida digna
Miedo - Indiferencia - Nosotros

Resultado

Las palabras seleccionadas por describir mejor la personalidad de la organización son “Movimiento”, “Voluntario”, “Convivencia”, “Pacífica”, “Sensible”, “Acción”, “Voluntario”, “Miedo”, “Ayuda” y “Transformar”. A continuación, aplicará la técnica de relación forzada para obtener conceptos de la misma.

Relaciones Forzadas

La técnica de relaciones forzadas busca crear vínculos entre palabras al azar, en este caso tomadas de la lluvia de ideas. Esto en función de generar, como lo dice su nombre, una relación forzada entre palabras clave que puede abrir camino a un buen concepto.

Convivencia + Pacífica	Parte importante de la prevención de la violencia es convivir pacíficamente con vecinos, comunidades y autoridades.
Movimiento + Sensible	Un movimiento de ayuda que se realiza con consciencia y empatía.
Acción + Voluntaria	Acciones que ayuden a las comunidades y a el desarrollo del país. Una acción hecha con consciencia
Miedo + Transformado	El uso de la energía negativa como la indiferencia, transformado en energía para ayudar.
Ayuda + Movimiento	Movámonos para ayudar. Si nadie hace nada, nosotros lo hacemos.

Resultado

Las relación forzada que se adapta mejor a la personalidad de la organización Jóvenes Contra la Violencia, es “Ayuda + Movimiento”, pues tanto voluntarios como miembros comenzaron a trabajar en la causa con la intención de ayudar.

Insights

Un insight es un pensamiento o experiencia con la que todos se pueden identificar, y puede ser un punto clave para desarrollar un concepto creativo. Para obtener insights del grupo objetivo se visitó un foro juvenil en donde se trataron temas de distintos tipos de violencia. Durante el foro se dio un espacio para preguntas y respuestas, un espacio de diálogo para que los jóvenes opinaran sobre los temas discutidos. En base a este acontecimiento, se pudieron identificar insights por medio de la observación y también de entrevistas orales.

Insights generados en entrevistas

- Te da miedo hacer cosas por la violencia, pero necesitas hacer cosas para acabar con ella.
- Todos merecemos una vida digna.
- A todos nos gustaría una Guatemala más segura.
- No le mandamos mensajes al ladrón, si no al ciudadano.

Insights generados por observación

- Todos sufrimos por la violencia.
- Los jóvenes son más fuertes, creativos y poderosos.
- Los adultos también fueron jóvenes.
- La violencia se puede combatir con convivencia.
- Nadie hace nada por resolver la problemática. Por eso lo hacemos nosotros.

“Si nadie hace algo, entonces lo voy a hacer yo.”

Resultado

Esta frase es muy utilizada por los jóvenes, no sólo en el problema social, si no en su día a día. Es característico de la juventud por su sentido de independencia, libertad, proactividad y entusiasmo.

Diccionario

Luego de realizar relaciones forzadas, lluvias de ideas y encontrar insights, es pertinente buscar significados de las palabras clave que han surgido. Esto para reforzar los fundamentos y significados, encontrando nuevas direcciones para las palabras encontradas anteriormente. A continuación se definen las palabras más utilizadas a lo largo de las diversas técnicas implementadas.

Movimiento	Acción de mover o moverse. Cambio de lugar o de posición de un cuerpo en el espacio.
Voluntario	Que se hace con la voluntad. Que no obliga a su cumplimiento o ejecución.
Inercia	Incapacidad que tienen los cuerpos de modificar por sí mismos el estado de reposo o movimiento en el que están.
Movimiento Involuntario	Conjunto de reacciones musculares que se efectúan sin que la persona los realice de manera consciente.

Resultado

La definición más atractiva y congruente es la de “Movimiento Involuntario”, pues hace referencia al reflejo de ayudar que se tiene en Jóvenes Contra la Violencia. Así mismo, este conjunto de palabras posee una amplia gama de posibilidades y variaciones visuales, por ser dos palabras dinámicas y con movimiento.

MOVIMIENTO INVOLUNTARIO

Concepto del proyecto

Movimiento inVoluntario

El concepto seleccionado para el proyecto surge de la relación forzada entre las palabras movimiento y voluntario, así como a la definición del término movimiento involuntario. El concepto de Movimiento inVoluntario se refiere a la acción de moverse de una forma automática e involuntaria, pero consciente. De hacer que las personas busquen ayudar a prevenir la violencia como si fuera un movimiento involuntario y acabar con la violencia logrando la convivencia pacífica, retratando así la personalidad de la organización Jóvenes Contra la Violencia.

Premisas de Diseño

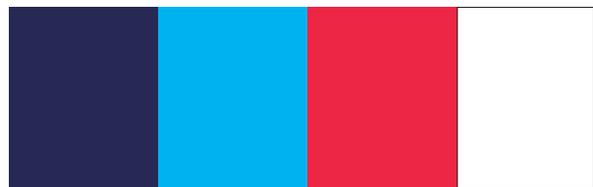
Habiendo definido el concepto, se procedió a establecer premisas de diseño como tipografía, color, formato, tono, íconos, etc; que funcionen acorde al mismo concepto, para tener una pieza de diseño funcional y estética.

Premisa Cromática

El color en el video institucional no sólo incluye la paleta de color institucional. Por el concepto de Movimiento inVoluntario, se plantea combinar los colores alternativos, utilizándolos como un conjunto, en símbolo de el concepto de convivencia pacífica y por la visión de “una Guatemala Unida, cuyo movimiento involuntario es ayudar”.

En cuánto a paletas de color dentro de los encuadres, se utilizarán azules, por la imagen corporativa de JVC. Se utilizará blanco, en símbolo de la visión pacífica de la institución. Se utilizarán los colores alternativos como puntos de contraste dentro de la composición de la toma.

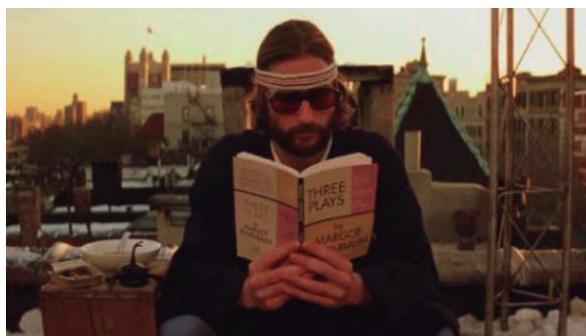
La corrección de color del audiovisual será de saturaciones vibrantes y brillosas, para reflejar el espíritu joven, y el movimiento de color visual dentro del cuadro.



Premisas de Diseño

Premisa de Formato

El video institucional está planificado como un video que será distribuido en redes sociales, youtube y vía internet. Aunque existan formatos grandes como 2k o 4k, el formato del video será 1920x1080 (16:9), que es el formato HD, pues ésta es la medida universal que utilizan en su mayoría los videos musicales o series que la juventud ve hoy en día, y no pesa tanto, por lo que su tiempo de carga y accesibilidad será más rápida y efectiva que con un formato grande. Así puede llegar a más personas que estén interesadas en ser voluntarias y no quitará tanto tiempo a los patrocinadores. En cuanto a encuadres, se utilizará la ley de tercios, con puntos focales distintos en cada sección. En la sección de frases dichas por distintos personajes, los mismos estarán en el centro, a la misma distancia para seguir con el concepto de union y movimiento. Los textos irán en el primer tercio y tercer tercio del cuadro. Los planos con personaje serán primero, pues no estamos tan cerca como lejos como para sentirnos ajenos, lo que contribuye a la intención de acercar a la gente. Los planos detalle y generales serán utilizados para contar cosas específicas, como ubicación u objetos importantes, no como parte permanente del video. El plano es estático, para lograr la union de todos los planos en una misma dirección. esto volverá el encuadre dinámico y jovial.



Wes Anderson (Dir.). The Royal Tenenbaums, 2002



Premisa Iconográfica

El logotipo de JCV está integrado por un globo de diálogo, este ícono será utilizado para los mensajes de paz y de unión, pues es el tipo de mensaje que JCV manda en todas las oportunidades.



Premisa Sonora

El sonido del video institucional en cuanto a diálogos será diegético. La intención del video es que el grupo objetivo se identifique con las personas de JVC, que sea empático y por lo tanto el realismo del sonido es parte importante, por lo que diálogo será escuchado directamente desde el emisor. La música será extradiegética. será un recurso de ambientación adecuada a la narrativa del video. Su tonalidad será enérgica, dinámica y formal.

Premisa de Tipográfica

Se utilizará una tipografía decorativa *brush*, ya que el grupo objetivo es joven y el video tiene un carácter dinámico. No se utilizará la tipografía institucional, ya que por ser sans serif de asta modulada no tiene la dinamicidad o movimiento que el concepto del proyecto requiere. La tipografía utilizada será “Liquid Embrace” por su movimiento y dinamismo.

Premisa Lingüística

Tipo de voz | Voz juvenil, voz adulta y voz femenina. El concepto del proyecto es un concepto inclusivo, de unidad, por lo que el texto lingüístico será hablado por los personajes del video, con sonidos diegéticos.

Narración

La narración del video será de diálogo diegético, lo que se ve en el cuadro se escucha, pues JVC es una organización sincera y hacerlo de esta manera dará una impresión de realismo.

Descripción

La descripción de la organización será emotiva. No se plantea describir a la misma como una institución, si no como a personas que hacen a la institución.

Retórica

La retórica se aplicará en el diálogo del video:

Enumeración

desgranar una por una las partes que constituyen un todo. Ésta figura se utilizará para comunicar los valores y cualidades de JCV.

Anáfora

es repetición de palabras al principio de cada verso en un poema o al inicio de cada frase en una prosa. Ésta figura será utilizada para comunicar el concepto del video y el slogan de la institución (vivos muchá).

6

PRODUCCIÓN GRÁFICA

Visualización 1

El primer nivel de visualización plantea planear y establecer las bases para desarrollar el proyecto, pasando por un proceso de selección, descarte y justificación para llegar a una buena ejecución del proyecto. Esta visualización pasa por un proceso de autoevaluación, para identificar problemas y errores antes de proceder a la fase de visualización 2, una visualización digital.

Guión literario

En el audiovisual, el primer elemento para el desarrollo de las propuestas visuales y sonoras, es el guión. Para este proyecto se redactaron tres versiones de guión con distintas temáticas y extensiones.

*Intro animada

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

Retrato de voluntarios en sus comunidades. Un joven está frente a un muro graffiti.

VOLUNTARIO 1

La violencia es una epidemia.

EXT. CIUDAD - DÍA

Una joven observa la ciudad desde un lugar alto.

VOLUNTARIO 2

Una epidemia que se propaga rápidamente.

EXT. CALLE - DÍA

Un joven platica con un amigo.

VOLUNTARIO 3

Y a su paso va afectando física y emocionalmente a las poblaciones.

INT. OFICINA JCV DÍA

El Equipo de JCV planifica junto a voluntarios.

VOLUNTARIO 4 (JUNTADIRECTIVA)

Y la población que más sufre a causa de la violencia, somos los jóvenes. Según datos de la Policía Nacional Civil, en el 2009 asesinaban a un guatemalteco cada 90 minutos, convirtiendo a Guatemala el cuarto país más peligroso de América Latina.

Cifras animadas surgen a los lados del voluntario 4 mientras habla.

Y aunque la tasa de homicidios descendió actualmente, la violencia continúa.

VOLUNTARIO 4 camina hacia cámara con una tabla de proyectos en su mano.

3ra versión de guión

1er versión de guión

En esta versión de guión se utilizó como elemento principal el diálogo. Esto significa que expone el concepto y las ideas principales de manera sonora y gesticulada.

*Intro con logo de JCV Guatemala

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

JOVEN EN EL PARQUE
La violencia es una enfermedad.

EXT. CIUDAD - DÍA

JOVEN EN LA CIUDAD
Es un virus que se contagia rápidamente.

EXT. CALLE DÍA

JOVEN EN UN MURAL
y a su paso va afectando física y emocionalmente a las poblaciones.

Primer versión de guión

2da versión de guión

En esta versión se utilizó más el recurso de la acción para referirse al concepto. El diálogo se redujó y se fijó nuevos íconos para hacer referencia los proyectos de la institución.

EXT. CIUDAD - DÍA

Toma el megáfono y comienza a caminar por el parque.

VOLUNTARIO 2
Pero sabemos que acabar con la violencia no depende sólo de nosotros como ciudadanos, También depende de las autoridades. Por eso fomentamos la formación participativa ciudadana.

Deja el megáfono en el suelo y toma una pelota.

Segunda versión de guión

3ra versión de guión

La tercer versión cuenta con una cantidad equilibrada de diálogo, símbolos y acciones que tienen coherencia con el contenido y el concepto de "Movimiento Involuntario." (Ver anexo 1 para guión final)

Desglose de guión

El desglose de guión sirve para registrar la cantidad de locaciones, utilería, equipo y reparto se necesitará para realizar el audiovisual. Para lograr un buen desglose por escena, se formuló un formato de desglose que permite ver de forma gráfica los recursos a utilizar.

Desglose de Guión				
Nombre: 1			Fecha de rodaje: 2	
SEC:1 3	INT / EXT 4	DÍA / NOCHE	Nº PÁGS: 5	PÁG GUIÓN: 6
DESCRIPCIÓN SEC: 6				
ESCENARIO: 7			SUBESCENARIO:	
LOCACIÓN: 7				
Personajes/trajes:	Arte:	Equipo de Fotografía	Otros	
	Escenografía:	Equipo de Sonido		
	Atrezzo: 8	Efectos sonido/música:		
Figuración:	Maquillaje/peluquería:	Efectos Especiales		
Figuración especial:				

Formato de desglose de guión

Desglose de Guión				
Nombre: MOVIMIENTO INVOLUNTARIO - JÓVENES CONTRA LA VIOLENCIA - INSTITUCIONAL			Fecha de rodaje: SEPTIEMBRE	
SEC:1 2	INT / EXT	DÍA / NOCHE	Nº PÁGS: 6	PÁG GUIÓN: 1
DESCRIPCIÓN SEC: DESCRIPCIÓN DE PROBLEMA SOCIAL.				
ESCENARIO: CIUDAD			SUBESCENARIO: MIRADOR DE CIUDAD	
LOCACIÓN: COND. VALLE MEVO.				
Personajes/trajes:	Arte:	Equipo de Fotografía	Otros	
VOLUNTARIO 2	Escenografía:	- CÁMARA - REBOTE		
PLAYERS COLORES	Atrezzo:	- TRÍPODE		
JCV	MOCHILA ANCHA	- SD		
(amarillo)	Maquillaje/peluquería:	Equipo de Sonido		
Figuración:	HDRSDBX	- TASCAM		
Figuración especial:	TRASLUCIDOS	- SD		
	BASE	Efectos sonido/música:		
		MUSICA DE FONDO - AMBIENTE		
		Efectos Especiales		

Desglose de escena

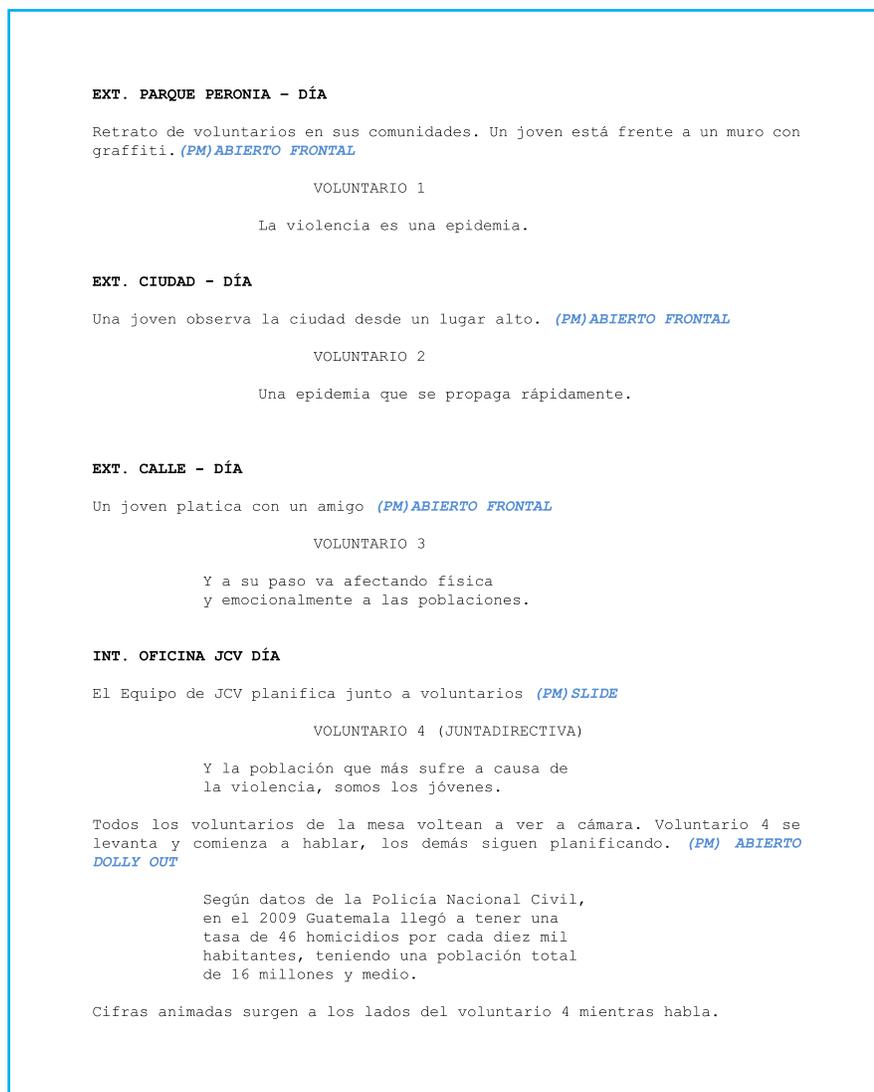
En el ejemplo superior se desglosa la segunda escena del audiovisual, obteniendo así una percepción más real sobre la cantidad de cosas que se necesitan para el rodaje de la misma, como vestuario, props y maquillaje.

Descripción de los campos dentro del formulario

- 1 Nombre**
En este campo se colocó el nombre de la pieza: “Movimiento Involuntario”
- 2 Fecha de rodaje**
En este campo se colocó la fecha aproximada de rodaje para la producción del video.
- 3 Esc**
En el campo de esc se colocó el número de escena al que corresponde el desglose dentro del guión literario.
- 4 Interior y Exterior**
Estos campos son identificadores de escena, aquí se circuló el correspondiente a la escena desglosada.
- 5 Número de páginas y la página del guión**
En este campo se coloca el número de páginas con las que el guión literario cuenta. En el segundo se colocó el número de página donde se encuentra la escena desglosada dentro del guión.
- 6 Descripción**
Breve descripción de la acción.
- 7 Locación, Escenario y Subescenario**
En estos campos se escribe la ubicación exacta del set, la tipología del set y la ubicación dentro del set que se utilizó en la escena.
- 8 Cuadros bajos:**
Necesidades de equipo y de producción para cast, arte, fotografía y sonido.

Desarrollo del guión técnico

El guión técnico define la cantidad de planos, posiciones, movimientos y sonidos que serán grabados en cada escena del guión literario. Es el plan exacto que se sigue en el momento del rodaje. Para poder definir bien los planos necesarios, es vital realizar tres tipos de guiones técnicos: el guion técnico literario, un guión técnico en formato tabla y finalmente el *storyboard*.



Primer hoja guión técnico literario

Guión técnico literario

El guión técnico literario es el primer paso para ubicar las acciones y diálogos en valores de plano. Su forma es la de un guión literario con planos agregados al texto, de una forma distintiva. Para realizarlo se tomó el guión y se agrupó acciones y diálogos en orden coherente, dentro de un valor de plano sin alterar el orden o la comprensión del contenido. Luego se identificó con el valor de plano entre paréntesis. En este guión se definieron 31 planos para una buena narrativa. (ver Anexo2 para guión técnico literario ampliado)

Rubros para la realización de cada plano

PLAN DE RODAJE PARA VIDEO INSTITUCIONAL JCV "MOVIMIENTO INVOLUNTARIO"													
Locación	Set	Esc	N.P	Ext/Int	Día/Noche	Personaje	Vestuario	Extras	Arte	Valor de Plano	Posición	Movimiento	Descripción
Parque con Mural	Mural	1	1	Ext	Día	Voluntario 1	Playera Azul y pantalón de lona			PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Dice frase introductoria
Parque con Mural	Mural	6	1	Ext	Día	Voluntario 1	Extras playeras blancas y pantalón de lona	2 pintores de mural	Brocha, megáfono	PM Abierto	Frontal - Central	Dolly lateral	Habla sobre el programa de Incidencia Juvenil
Parque con Mural	Mural	6	2	Ext	Día	Voluntario 1			Megáfono	PM	Frontal - Central	Estático	Lanza el megáfono para el lado derecho
Mirador de ciudad	Ciudad	2	1	Ext	Día	Voluntario 2	Playera Amarilla y pantalón de lona		Mochila	PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Dice frase introductoria
Mirador de ciudad	Ciudad	5	1	Ext	Día	Voluntario 2	Playera Amarilla y pantalón de lona		Mochila, libro de proyectos y brocha	PM Abierto	Frontal - Central	Dolly lateral	Habla sobre el movimiento involuntario, toma el libro y saca la brocha
Mirador de ciudad	Ciudad	5	2	Ext	Día	Voluntario 2				PD	Frontal	Estático	Guarda el libro en su mochila y saca la brocha
Mirador de ciudad	Ciudad	5	3	Ext	Día	Voluntario 2				PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Lanza la brocha
Mirador de ciudad	Entrevista	7	1	Ext	Día	Voluntario 6	Playera Roja			PP	Frontal - Tercios	Estático	Habla sobre su experiencia en JCV

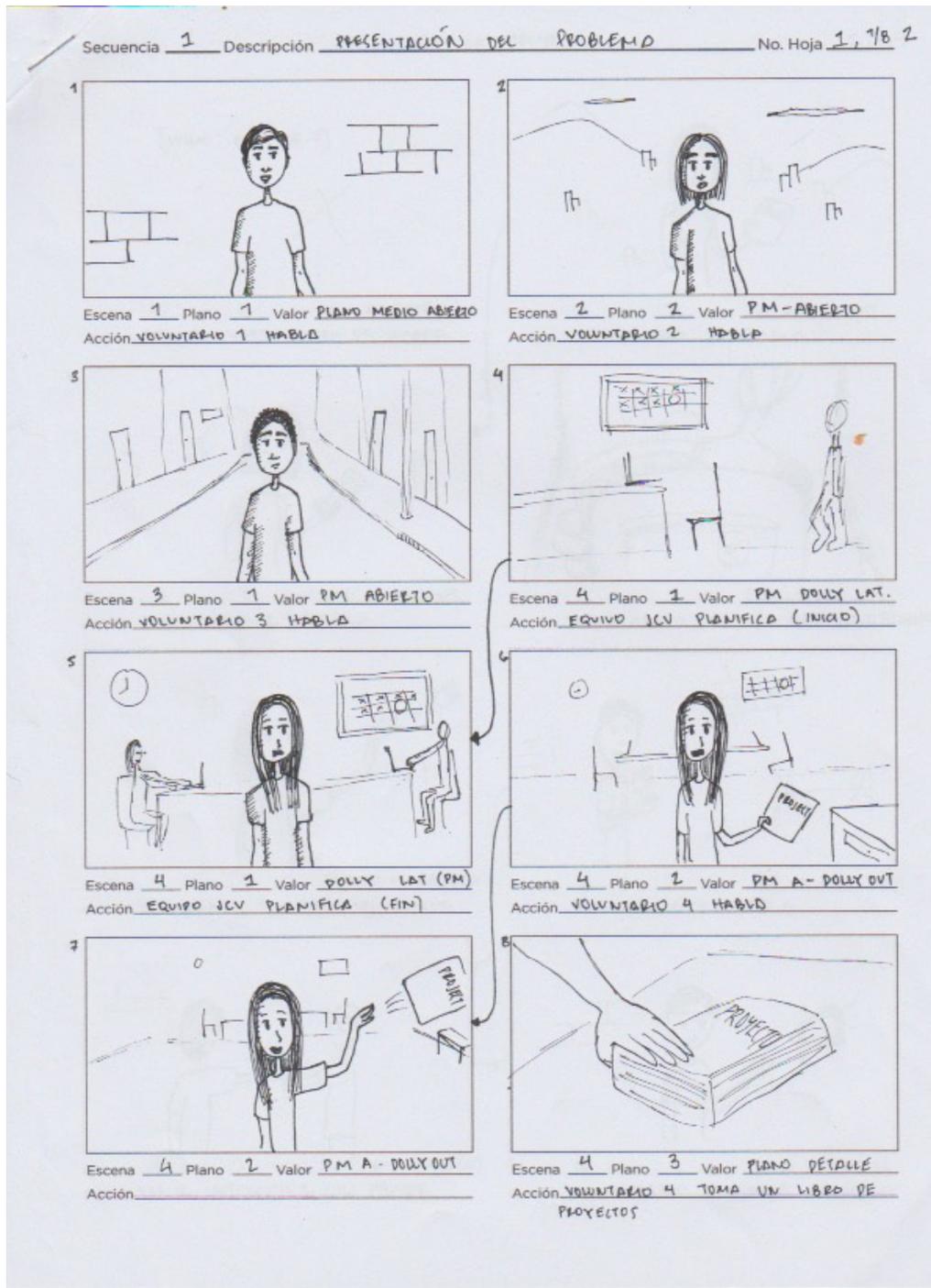
Guión técnico en formato tabla

Locación Identificadores de escena Cast, Arte y Vestuario Fotografía, Dirección y Sonido

Guión técnico en formato tabla

El guión técnico en tabla es un sistema más organizado en el que se define la cantidad de locaciones, actores, vestuarios, props, sets, extras y planos que una escena necesita. Es un desglose gráfico en el que se ordena y detalla la funcionalidad de cada plano. Para desarrollarlo de la manera más eficaz, se incluyeron los siguientes rubros: locación, set, número de escena, número de plano, interior/exterior, día/noche, personaje, vestuario, extras, arte, valor de plano, posición, movimiento, descripción. El desglose de guión es una parte importante del proceso previo para realizar este tipo de guión técnico.

Así mismo se hicieron divisiones dentro del guión para separar los rubros por departamento: el primer grupo define las locaciones, el segundo la descripción y numeración de la escena dentro del guión, el tercero la categoría de actores y arte, dónde entra el vestuario y props, y el cuarto todo lo relacionado con fotografía y sonido. Evaluando la funcionalidad de cada plano dentro de este guión, el número total de planos para grabar el video de forma eficiente sin afectar su narrativa, es de 25.



Primer página de storyboard

Guión técnico en storyboard

El *storyboard* es un recurso de visualización de planos. El formato del storyboard debe llevar los identificadores de escena y una descripción de la acción del personaje en cuadro. El storyboard se realizó con los 31 planos establecidos por el guión técnico literario. Gracias a esto se pudo confirmar que los 25 planos planteados por el guion en tabla son los necesarios para desarrollar con efectividad la pieza, pues no satura en cuanto a ritmo y la dinámica del movimiento dentro de cuadro es más perceptible. (Ver Anexo3 para storyboard ampliado)

PLAN DE RODAJE PARA VIDEO INSTITUCIONAL JCV 'MOVIMIENTO INVOLUNTARIO'																	
No.	Día	Fecha	Hora	Locación	Set	Esc	N.P	Ext/Int	Día / Noche	Personaje	Vestuario	Extras	Arte	Valor de Plano	Posición	Movimiento	Descripción
1	Viernes	14-sep.	9:00 a.m.	Parque con Maral	Maral	1	1	Ext	Día	Voluntario 1	Playera Azul y pantalón de lona			PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Dice frase introductoria
2	Viernes	14-sep.	9:30	Parque con Maral	Maral	6	1	Ext	Día	Voluntario 1	Extras playeras blancas y pantalón de lona	2 plectores de maral	Brocha, megáfono	PM Abierto	Frontal - Central	Dolly lateral	Habla sobre el programa de Incidencia Juvenil
3	Viernes	14-sep.	10:10	Parque con Maral	Maral	6	2	Ext	Día	Voluntario 1			Megáfono	PM	Frontal - Central	Estático	Lanza el megáfono para el lado derecho
4	Viernes	14-sep.	10:30	Mirador de ciudad	Ciudad	2	1	Ext	Día	Voluntario 2	Playera Amarilla y pantalón de lona		Mochila	PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Dice frase introductoria
5	Viernes	14-sep.	10:50	Mirador de ciudad	Ciudad	5	1	Ext	Día	Voluntario 2	Playera Amarilla y pantalón de lona		Mochila, libro de proyectos y brocha	PM Abierto	Frontal - Central	Dolly lateral	Habla sobre el movimiento involuntario, toma el libro y saca la brocha
6	Viernes	14-sep.	11:30	Mirador de ciudad	Ciudad	5	2	Ext	Día	Voluntario 2				PD	Frontal	Estático	Guarda el libro en su mochila y saca la brocha
7	Viernes	14-sep.	11:50	Mirador de ciudad	Ciudad	5	3	Ext	Día	Voluntario 2				PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Lanza la brocha
8	Viernes	14-sep.	12:00	Mirador de ciudad	Entrevista	7	1	Ext	Día	Voluntario 6	Playera Roja			PP	Frontal - Tercios	Estático	Habla sobre su experiencia en JCV
Fin de día 1																	
9	Martes	18-sep.	8:00	Z.4 / 1	Vecindario	3	1	Ext	Día	Voluntario 3	Playera Fucsia			PM Abierto	Frontal - Central	Estático	Dice frase introductoria
10	Martes	18-sep.	8:30	Z.4 / 1	Vecindario	9	1	Ext	Día	Voluntario 3			Pelota y Celular	PM Abierto	Frontal - Central	Dolly lateral	Habla sobre Educación para la Vida
11	Martes	18-sep.	9:10	Z.4 / 1	Vecindario	9	2	Ext	Día	Voluntario 3			Celular	PD	Overshoulder	Estático	Lo llama JCV
12	Martes	18-sep.	9:30	Z.4 / 1	Vecindario	9	3	Ext	Día	Voluntario 3			Celular	PM	Frontal - Central	Estático	Contesta
13	Martes	18-sep.	10:00	Oficina JCV	Sala de reuniones	4	1	Int	Día	Voluntario 4	Playera Roja o Celeste, extras con blanca	Todos los voluntarios	Hojas, computadoras, pizarrón, cuadro de JCV reloj	PM Abierto	Lateral	Slide	Voluntarios planifican, voluntario 4 dice frase de cierre.
14	Martes	18-sep.	10:30	Oficina JCV	Sala de reuniones	4	2	Int	Día	Voluntario 4				PM Abierto	Frontal - Central	Dolly out	Todos los voluntarios voltean a ver a cámara, voluntario 4 comienza a decir datos sobre la violencia.

Guion técnico formato tabla final

Conclusión de Autoevaluación

Luego de terminar la primer visualización, el proyecto fue juzgado mediante un proceso de autoevaluación (ver anexo #) y en base a esta, se tomaron decisiones de diseño finales.

Se definieron 25 planos para poder narrar efectivamente el contenido del guion. Siendo preferible una duración no muy larga para el grupo objetivo.

Los 25 planos son adaptables tanto a las preferencias del grupo objetivo y al tiempo estipulado en el cronograma para el desarrollo del proyecto, y así mismo a los resultados de la auto evaluación.

Se actualizó el guion con la nueva cantidad de planos a realizar y se establecieron nuevas fechas para los días de rodaje.

Visualización 2

El segundo nivel de visualización plantea una previsualización general del proyecto para tomar decisiones finales para la pieza de diseño, pasando así mismo por un proceso de coevaluación con expertos de diseño y audiovisual.



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	

Scouting

Según Daneri Gudiel en su clase “Producción Cinematográfica I” dada en febrero del 2014 en Casa Comal Esuela, Guatemala, El *scouting* es un proceso para seleccionar, evaluar y descartar locaciones a utilizar en una producción. Define en gran manera la estética del audiovisual, pues es el set donde se desarrollará la acción y diálogo del guión. Para el proyecto se evaluó el espacio, el ambiente sonoro, la seguridad y disponibilidad de cada una de las locaciones descritas en el guión. En algunos casos se evaluaron varias locaciones y se hizo la selección en base a pros y contras.

Scouting del set “Mural”

Se evaluaron tres opciones para la locacion del mural. Se eligió la opción C por tener la totalidad de cualidades positivas para realizar el audiovisual.

Scouting del set “Ciudad”

Se evaluaron tres locaciones para el set de ciudad. La opción A y la opción B tenían deficiencias de audio y de seguridad, por lo que fueron descartadas. La opción C fue la elegida por su seguridad y buen ambiente sonoro.



Opción A

Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	



Opción B

Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	



Opción C

Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	

Opción A



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	

Scouting del set “Oficina JCV”

Se evaluaron dos locaciones para el set de la oficina, que son las oficinas reales de Jóvenes Contra la Violencia. Se eligió la opción B por cuestiones de estética y ambiente sonoro, pues en la opción A el zumbido de construcciones y de tráfico afectó el audio. Esta locación fue utilizada en el tercer corte.

Opción B



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	

Opción A



Disponibilidad	Seguridad	Estética
Cercanía	A. Sonoro	

Scouting del set “Vecindario”

Se evaluó solamente una locación, ya que en la primera visita se verificó la disponibilidad, la cercanía, seguridad, la estética y un buen ambiente sonoro.

Movimiento de cámara y uso de equipo

Se hicieron pruebas con distintas maquinarias para el movimiento descrito para cada plano en el guión técnico. Se evaluó el movimiento generado por una cámara osmo, un slide y un rig de hombros. Se eligió realizar el movimiento con slide, ya que permite realizar el movimiento buscado de manera limpia y en las mejores condiciones. Es adaptable, y permitió el uso de la cámara elegida para el proyecto, permite que la propuesta estética del audiovisual se desarrolle de la mejor manera.

Movimiento lateral con Slide

El slide proporcionó un movimiento limpio, exacto y fluido. Así mismo permite el uso de una cámara externa por lo que la profundidad de campo no se ve afectada. El movimiento es adecuado para la narrativa visual del proyecto.

Movimiento lateral con Osmo cam

Se hizo una prueba para verificar la calidad de movimiento e imagen con una *osmo cam*. El movimiento fue estabilizado, limpio y fluido. sin embargo la profundidad de campo que la cámara brinda no va de acuerdo a las premisas de diseño del proyecto.

Props y Vestuario

Según Elías Jimenez en su clase “Producción cinematográfica para ficción2 ” dada en junio del 2015 en Casa Comal Escuela, Guatemala, *props* y vestuario también define la estética del audiovisual, definiendo *props* como un objeto con el que el personaje interactúa dentro de cuadro. El manejo de colores, texturas y formas afectan la narrativa visual. En este proceso se seleccionaron los atrezzo con los que los personajes interactúan, tomando en cuenta su color y su material. Así mismo, se seleccionó un tipo de uniforme para identificar fácilmente a los voluntarios dentro del audiovisual.

Selección final de atrezzo y vestuario



Playeras de Colores

Se seleccionaron playeras con logotipos de JCV de distintos colores, como amarillo, fucsia, gris, azul y blanco.



Megáfono

Se seleccionó por ser de los colores institucionales.

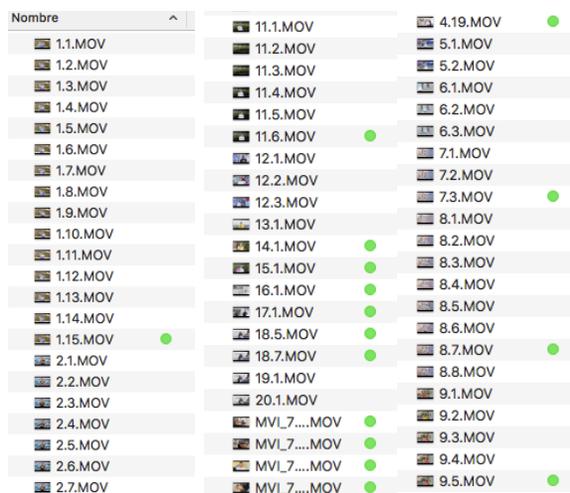


Libro de proyectos

Se seleccionó una tabla con gancho, pues representa de manera inmediata un proyecto en ejecución.

Selección de planos a utilizar en el montaje del audiovisual

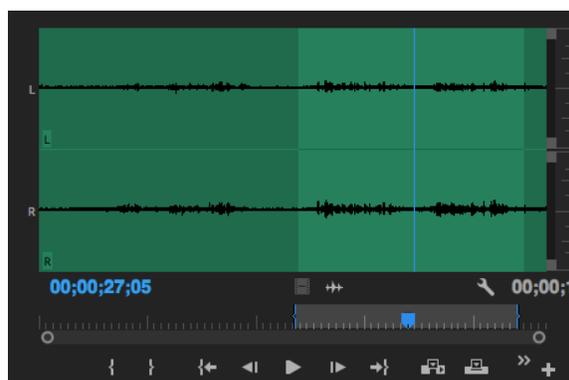
Luego del rodaje bajo las decisiones tomadas en las fases anteriores, se hizo un proceso de nombramiento numérico y selección de tomas que cuentan con la mejor calidad de grabación, tomando en cuenta la calidad del sonido, de la estética y de actuación. Se marcó con una etiqueta verde los planos que contaban con estas características básicas.



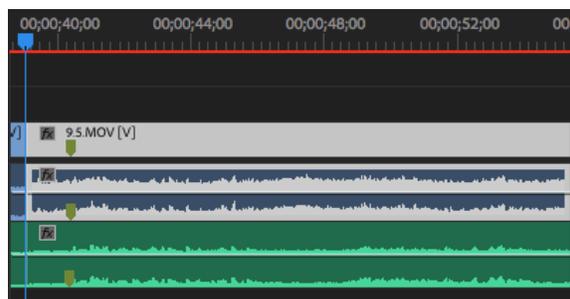
Visualización de planos seleccionados

Sincronización de audio y video

Luego de tener las tomas seleccionadas, se procede a la sincronización de audio y video en Premiere Pro para poder realizar luego el primer corte. En este proceso se eligió la toma seleccionada y se sincronizó con el audio que poseía el mismo nombre. El objetivo de la sincronización es que el audio grabado con equipo de sonido se sincronice con el audio e imagen de cámara, para tener una buena calidad de audio en el producto final.



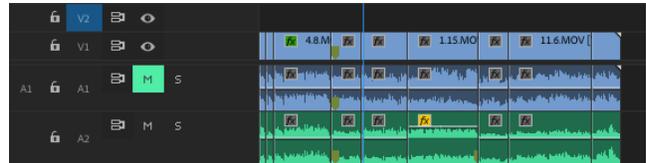
Selección y corte de audio grabado con equipo



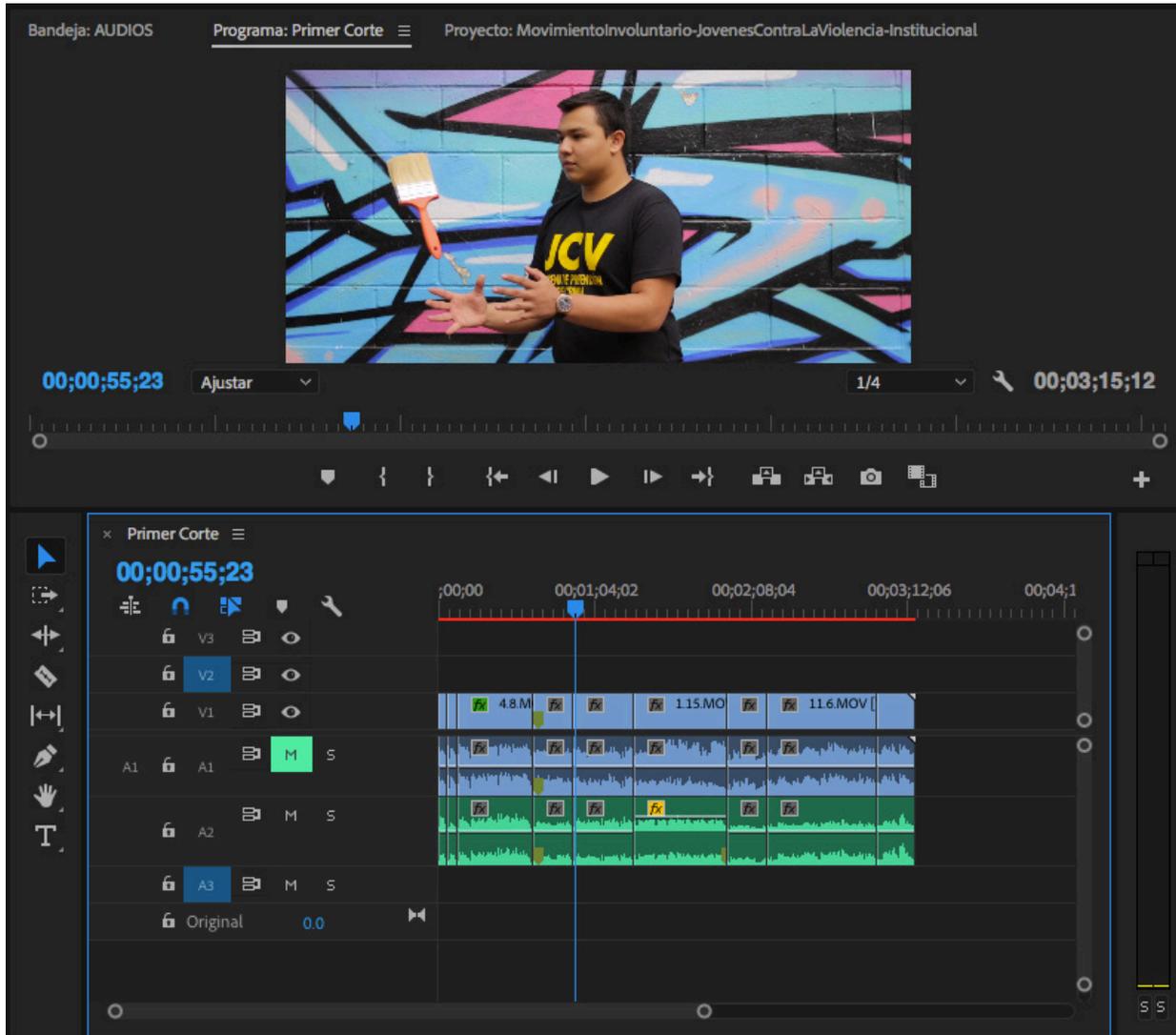
Sincronización de audio de cámara con audio de equipo

Montaje del Primer Corte

Se realizó el montaje del primer corte en el software de Adobe Premiere Pro, después de sincronizar los audios con las tomas seleccionadas. Se realizó un corte basado en la narrativa establecida por el guión técnico, sin variaciones de orden ni de duración de planos. También se realizaron cortes en movimiento para las acciones del “paso de objetos”, calidad diferencial del video institucional. Finalmente se exportó en formato H.264, HD a 30fps para su primer visualización.



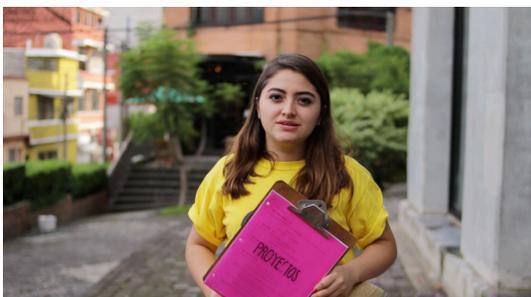
Visualización en línea de tiempo del primer corte



Corte en movimiento para acción de “paso de objetos”

Primer Corte

El primer corte es la primer visualización digital del proyecto. El montaje fue únicamente narrativo, no se utilizó ningún efecto ni edición de color o sonido. Este corte demuestra y valida la estética y la funcionalidad de las tomas sin haber pasado por algún proceso extra, probando así la correcta transmisión del mensaje y preparándolo para ser coevaluado.



Planos del primer corte oficial del audiovisual institucional.

Conclusiones de Coevaluación

Coevaluando junto a expertos en diseño y audiovisual, se identificaron problemas de audio, de actuación y de diseño por lo que se decidió hacer *retakes* de los planos que contenían errores y ruidos narrativos.

La dinámica y la duración del video fueron acertadas, al igual que el contenido. Sin embargo fue sugerida la suma de recurso gráfico dentro del audiovisual para sumarle riqueza visualmente.

Los planos y el diálogo fueron aprobados y se verificó que el mensaje llega claro y digerible al receptor.

Todos los cambios se implementaron el es segundo corte, tema que se narra en el siguiente capítulo. (Ver Anexo4 para formatos de coevaluación)

Visualización 3

El objetivo del tercer nivel de visualización es comparar la pieza de diseño antes y después de ser validada por el grupo objetivo y profesionales de diseño y audiovisual.

Segundo Corte

Después de analizar los resultados de la co-evaluación, se realizó una serie de cambios en el proyecto, como la duración de ciertos planos, la velocidad del montaje y la corrección de color del audiovisual. Los cambios se realizaron para presentarle un nuevo prototipo al grupo focal.

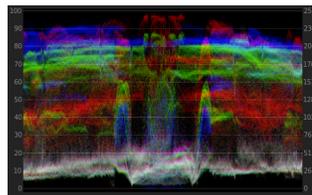
Corrección de Color

Una de las observaciones de los profesionales del audiovisual fue a cerca de la corrección de color. A pesar de que los colores dentro de cuadro iban dentro de la misma paleta, el color entre tomas variaba mucho. Por esto se hizo una corrección de color para que las tonalidades de las sombras, medios y luces tuviesen el mismo aspecto. Al realizarlo, se pudo notar más unidad entre todas las tomas del audiovisual.

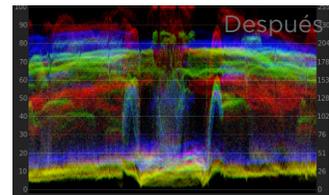


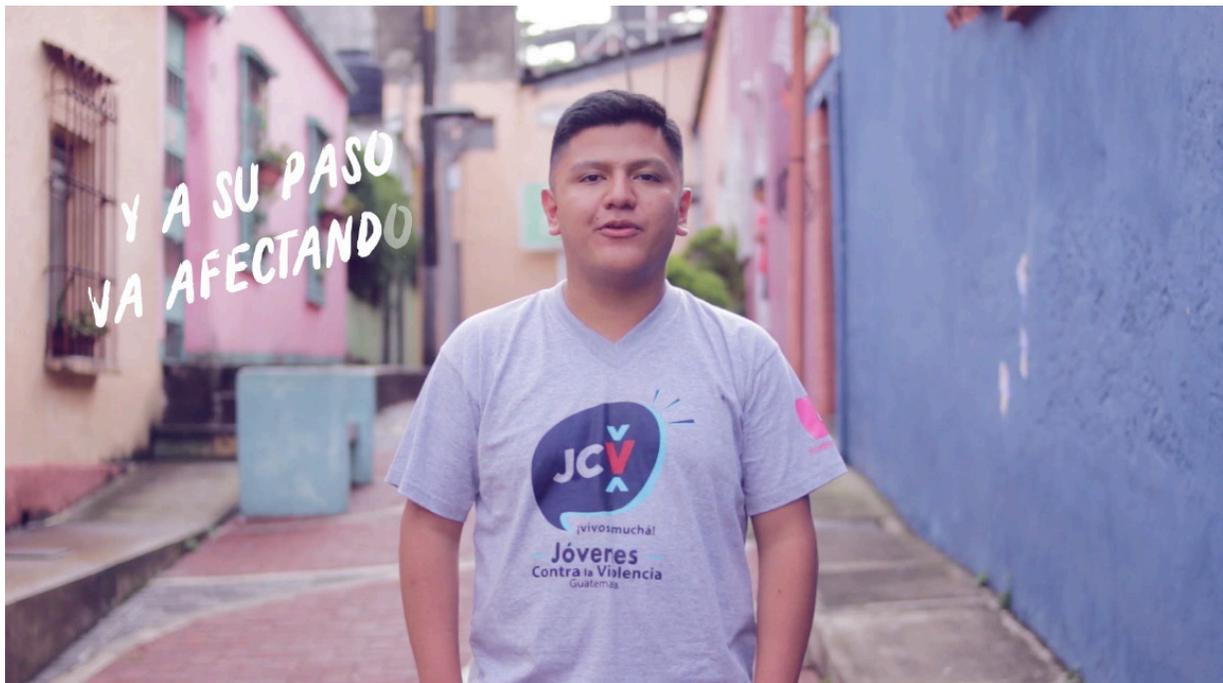
Antes

El tono es una mezcla del color amarillo y el color verde. Las sombras son las más afectadas por estas dos tonalidades.



Se unifican las tomas volviendo los tonos de sombra azules y rojos, disminuyendo amarillos y dándole un aspecto juvenil.





Animación de texto de refuerzo.



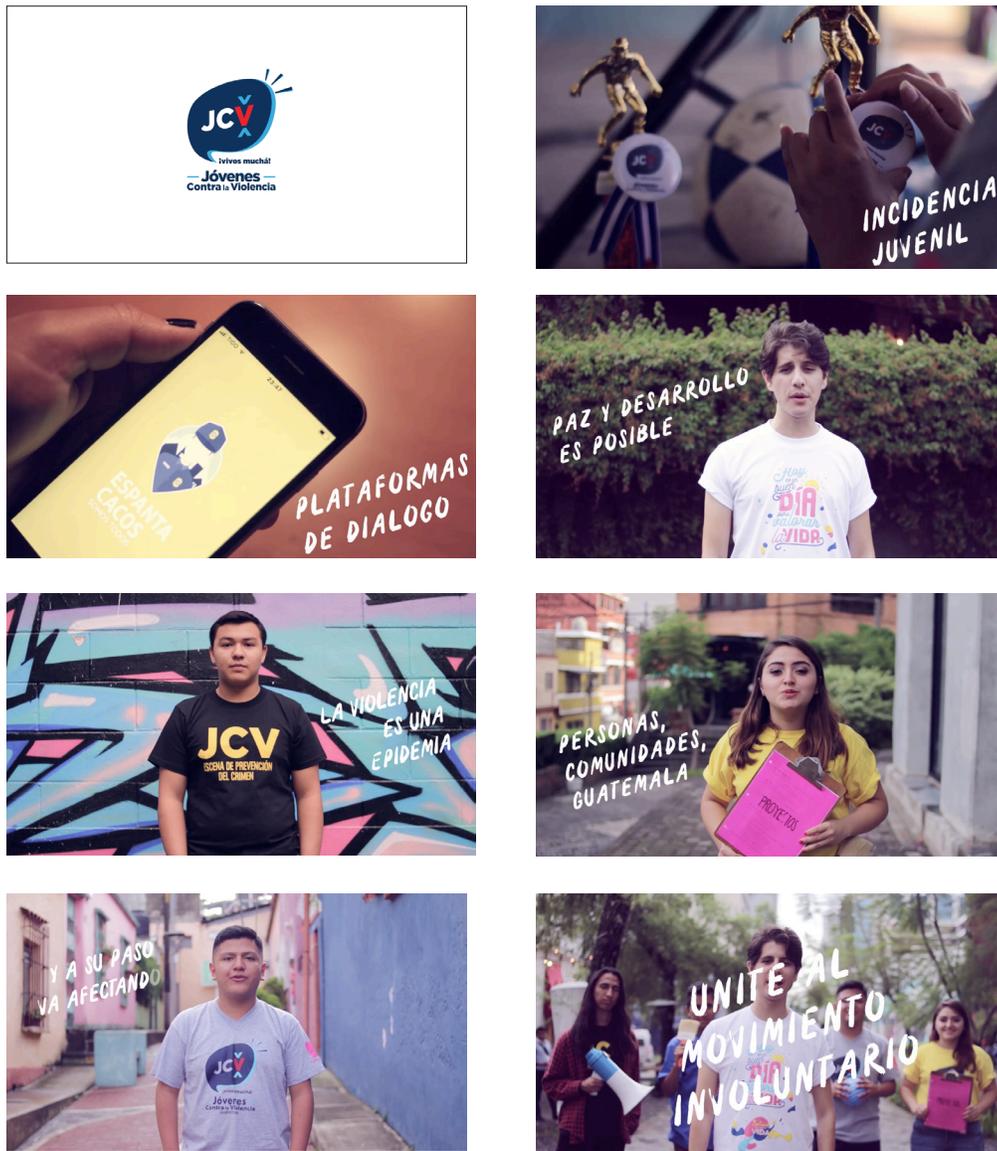
Animación para el logotipo de la institución.

Motion Graphics

En el segundo corte se agregó el recurso gráfico de animación o *motion graphics*, recurso sugerido por los expertos en la coevaluación. En esta versión, la animación se aplicó mediante el software de After Effects en los textos de refuerzo para la comprensión del mensaje. Así mismo se animó el logotipo de la institución para usarlo en la apertura del audiovisual institucional.

Segundo Corte Oficial

Después de aplicar los cambios obtenidos por medio de la coevaluación, el segundo corte es exportado en el mismo formato del primer corte, pero con animación y corrección de color para los planos. Esto permite que el corte tenga un nivel estético mayor y pueda ser validado con el grupo objetivo.



Visualización del segundo corte del audiovisual institucional.



Aspectos a validar del video	Excelente	Bueno	Aceptable	Malo
Es claro en el mensaje que transmite (Exponer proyectos de JCV)		X		
Es dinámico, presenta la información de forma atractiva	X			
El concepto del video (movimiento involuntario) se entiende a la perfección	X			
No existe ruido o distractores dentro del video		X		
La duración del video es la adecuada	X			
La estética del video es atractiva y dinámica	X			

¿El video te motiva a participar en las actividades de Jóvenes Contra la Violencia?

Definitivamente.

Notas y observaciones:

Me encantaría ver más de los trabajos de campo de JCV.

En general me pareció excelente.

Validación

La validación fue realizada con jóvenes voluntarios en Jóvenes Contra la Violencia. Su retroalimentación fue positiva en cuanto a estética, dinámica, contenido y duración. En las observaciones, se comentó que la necesidad de ver más material de archivo era vital para reforzar la credibilidad y honestidad dentro del audiovisual, y la mejora del audio en ciertas tomas. En el tema de duración, comentaron que les parecía adecuada. Los cambios pertinentes se realizaron en el tercer corte, que se explica a continuación.

Tercer Corte

Tomando en cuenta los comentarios del grupo focal y de los expertos, se hizo un cambio en la narrativa del video. Se mejoró el recurso gráfico y se aumentó en cantidad. Se utilizó el recurso fotográfico para suplir la necesidad de documentación y finalmente se hicieron *retakes* para perfeccionar el audio y también la estética del video.

Retakes

Debido a errores técnicos de actuación y sonido, en la validación se sugirió hacer *retakes* de las escenas dañadas. Las nuevas tomas se rodaron en lugares con ambientes sonoros adecuados y con voluntarios que poseían una mejor habilidad comunicativa. Así mismo se eliminaron los movimientos con maquinaria (slide) pues provocaba ruido y distracciones, sin contribuir a la narrativa de la pieza.

Esta toma tuvo problemas en cuanto a actuación y dicción, así como el ambiente sonoro por la locación elegida.



Antes

En esta toma se corrigió la actuación y también el ambiente sonoro, ya que se cambió de locación a un lugar privado.



Después



Antes



Después



Antes



Después

Recursos Gráficos

Se reforzó con el ícono del globo de diálogo las palabras clave del mensaje. Es un punto focal más fuerte y memorable. Así mismo se agregaron títulos de sección en cada inicio de tema dentro del video, reforzando la comprensión y enriqueciendo la dinamicidad que el concepto dicta.



Fuente: JCV, Espantacacos, 2012



Fuente: JCV, Foro Internacional, 2018



Fuente: JCV, Hackathon, Honduras 2012



Fuente: JCV, Caravana por la vida, 2014

Material de archivo

Para enriquecer el contenido y ayudar el caracter honesto y real del video y fortalecer la generación del vínculo con el público, se agregó el recurso fotográfico al video. Se estilizó cada fotografía para armonizarla con la estética del video, y se montó sobre el diálogo de los voluntarios, haciendo que la coherencia entre el sonido y la vista persista.

Propuesta Final

Vista preliminar de la pieza final de diseño y fundamentación.

Fundamentación

Fundamentación General

La propuesta final se basa en el concepto creativo “Movimiento inVoluntario”. Movimiento involuntario está inspirado en la actitud de los jóvenes voluntarios que buscan ayudar al país. El recurso visual utilizado para representar el concepto es el movimiento, ya que al ser una pieza audiovisual se tiene la posibilidad de experimentar con el mismo de muchas maneras diferentes, como con animación, actuación y edición.



Fundamentación de íconos

Como recurso visual se utiliza el globo de diálogo de Jóvenes Contra la Violencia, ya que representa la voz de la juventud y es el ícono más reconocido de la institución, y al ser un video institucional es prudente plasmarlo en la mente del grupo objetivo.

Fundamentación de la dinámica

El recurso visual más fuerte es la cadena de objetos en movimiento. Esta dinámica fue elegida por el mensaje de la institución “Unidos por una Guatemala sin violencia”. Para Jóvenes Contra la Violencia la unión es un factor clave, por lo que el audiovisual integra la unión al movimiento por medio de esta cadena. Los elementos que se utilizan fueron elegidos en representación de los proyectos, como incidencia juvenil usa brochas para recuperar espacios públicos y las plataformas de diálogo usan megáfonos para ser escuchados.



Fundamentación de línea gráfica

La línea gráfica se basa igualmente en el concepto de movimiento. El color por ejemplo, no es sólido en su totalidad. El uso de gradaciones de saturación le da dinamismo. En cuanto al recurso del fondo en animación, las líneas diagonales son un elemento importante por ser las representantes gráficas del movimiento. En la animación también se utiliza el concepto de unión. La tipografía Liquid Embrace, una tipografía decorativa tipo brush, deja por un lado las líneas rectas y hace uso de trazos libres, dándole a la gráfica un aspecto joven y atractivo.



Previsualización final de la pieza

A continuación se presenta la pieza final plano por plano del proyecto audiovisual institucional para la organización Jóvenes Contra la Violencia.



Visualización del corte final del audiovisual institucional para Jóvenes Contra la Violencia 2018.



Visualización del corte final del audiovisual institucional para Jóvenes Contra la Violencia 2018.





Visualización del corte final del audiovisual institucional para Jóvenes Contra la Violencia 2018.



Costos de Diseño y Reproducción

Costos de Diseño:

Los costos de diseño son descritos en el siguiente presupuesto. Incluyen gastos de administración, viáticos, materiales, y el servicio profesional de diseño. El presupuesto describe el valor monetario real del proyecto, sin embargo esta cantidad es una donación de parte de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos para la sociedad y para Jóvenes Contra la Violencia.

Costos de Reproducción:

El costo de reproducción no es válido para este proyecto, pues uno de los objetivos era poder difundir esta información sin depender de financiamiento. La reproducción se hará por medio de redes sociales y canales de televisión que apoyan a la institución.

Administración 4 meses de trabajo

Equipo y depreciación	Q.3,000
Energía eléctrica	Q.1,500
Internet	Q.1,000

Subtotal Q.5,500

Viáticos y materiales

Gasolina	Q.2,000
Parqueo	Q.1,000
Impresiones	Q.200

Subtotal Q.3,200

Servicios Profesionales

Investigación y Conceptualización	Q.3,000
Pre teórica	Q.10,000
(guión, guión técnico y photoboard)	
Pre producción práctica	Q.5,000
Rodaje del material	Q.8,500
Alquiler de equipo	Q.5,000
Edición del material	Q.8,000
Colorización	Q.2,000
Animación	Q.8,000

Subtotal Q.44,500

Total Q.53,200

7

SÍNTESIS DEL PROCESO

Lecciones Aprendidas

- 1.** Durante la gestión o preproducción de un audiovisual es importante tomar en cuenta que el recurso humano en este campo es un factor vital. La planeación del audiovisual, sus horarios, fechas e incluso la modalidad de trabajo debe ser compartida con todo el equipo de trabajo antes de iniciar la producción, dando por entendido que la gestión del mismo equipo es una de las prioridades. Esto para evitar confusiones y lograr que el desarrollo de la siguiente fase, la fase de producción sea de buena calidad y con la menor cantidad de contratiempos.
- 2.** Gran parte del trabajo creativo en un audiovisual se realiza en la etapa de preproducción, dónde todas las premisas son definidas en base a un concepto creativo. Si esta fase se realiza con minuciosidad, se podrán evitar ruidos o incongruencias dentro del contenido y la semiótica del audiovisual. Por esto se debe planear cada pequeño detalle del audiovisual como estética en arte, fotografía y sonido, en la etapa de preproducción.
- 3.** Durante la producción o el rodaje del audiovisual, es conveniente tener cerca los documentos realizados en pre producción, como el guión literario, el guión técnico e incluso el storyboard. Esto a causa de la presión de los días de rodaje, dónde no sólo se trabaja con el equipo o crew si no también con actores y en casos extremos espectadores. Así se tendrá en mente todo lo planeado y el audiovisual podrá contar con cada uno de los planos, movimientos y acciones y diálogos establecidos desde la preproducción.
- 4.** Cuando se realiza una animación sobre un audiovisual, es pertinente que este recurso gráfico esté planificado así mismo desde el inicio del proyecto. Esto permitirá tomar decisiones en otras áreas como fotografía o arte, permitiendo que el proyecto se vea preciso, agradable e impecable.
- 5.** En la etapa de post producción es necesario tener conocimientos no sólo gráficos, si no de audio. La post producción de audio es vital para el audiovisual por la limpieza que le da a las tomas, haciendo que las mismas tengan un aspecto más profesional y pulcro, pues un mal audio hace que el 50% del material audiovisual sea de mala calidad.
- 6.** La interacción y buena comunicación con el cliente es un aspecto importante para cualquier profesional. Tener buenas relaciones con el equipo de trabajo, el cliente e incluso personalmente, es asegurar que el proyecto en el que se trabaja sea la solución exacta a el problema a solucionar.

Conclusiones

- 1.**El proyecto audiovisual institucional logra comunicar los proyectos que la organización Jóvenes Contra la Violencia posee. Así mismo, con la participación de voluntarios reales en el video, se logra conectar directamente con el grupo objetivo, pues esto le permite sentir confianza en la institución y también le agrega credibilidad al contenido que se expone en el video, (ver pag.88).
- 2.**La institución ahora cuenta con un audiovisual que permite comunicar de manera rápida, agradable y resumida toda la información que necesitan difundir con respecto a la misma organización, obteniendo como resultado el incremento de voluntarios y con esto el fomento de la cultura de No Violencia en el país.
- 3.**Los proyectos que se realizan como parte del Ejercicio Profesional Supervisado en la universidad de San Carlos de Guatemala aportan no sólo a las organizaciones que luchan por el desarrollo en los distintos sectores sociales, si no al desarrollo del país directamente pues a través de los materiales creados para las mismas se incide en la causa que la organización ayuda.

Recomendaciones

- 1.** Para el buen uso del proyecto donado a la institución, es recomendable subir el material creado a todas las redes, y si es posible pagar publicidad en línea. En cada publicación también adjuntar el link hacia el formulario de voluntariado de la institución, para facilitar la interacción con el grupo objetivo.
- 2.** Utilizar el material de forma pública, tanto en redes sociales como en festivales, charlas, foros y todo medio que tenga la posibilidad de invitar a más personas a colaborar con la prevención de la violencia en el país.
- 3.** Promocionar el proyecto durante un tiempo mínimo de 1 mes, publicando y compartiendo el proyecto de manera constante para lograr llegar a más personas dentro del grupo objetivo. Esto para asegurarse que el mensaje está siendo recibido y no es pasado por alto.
- 4.** Realizar un video institucional cada vez que se actualicen los proyectos que la organización desarrolla, esto en función de mantener una comunicación clara y directa tanto con voluntarios como con inversores, y así evitar que los mismos puedan pasar por alto oportunidades con la organización.
- 5.** Si se llegara a contratar un diseñador para la organización, procurar que el tema de constante promoción y difusión sea el voluntariado, pues la organización funciona y crece gracias al trabajo de los mismos. Esto le permitirá a la organización poder fomentar la cultura de No Violencia en mayor magnitud.

Referencias

- Banco Mundial (2018) Datos sobre Guatemala. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/pais/guatemala>
- Camus, M. Bastos, S. Y López, J. (2015) *Dinosaurio Reloaded. Violencias actuales en Guatemala*. Guatemala, Guatemala: FLACSO y Fundación Constelación.
- Cebrián, M. (1992) Géneros Informativos Audiovisuales. Madrid, Editorial Ciencia 3.
- Domenach, J.M. (1989) *La Violencia y sus causas*. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO)
- Elías Jimenez (2014). *Taller de Introducción a la Cinematografía*. Casa Comal Escuela, Guatemala
- Freeman, M. (2012) *Composición* Barcelona, Blume.
- Jóvenes Contra la Violencia (2016) *Presentación Institucional de Jóvenes Contra la Violencia*. Guatemala, Guatemala: Jóvenes Contra Violencia.
- Morales, M. (2018) *Guía para elaborar el proyecto de graduación*. Guatemala, Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Diseño Gráfico.
- NSE AMAI (2018) ¿Cuántos niveles socioeconómicos existen y cuales son sus principales características? Recuperado de: <https://nse.amai.org/uncategorized/cuantos-niveles-socioeconomicos-hay-y-cuales-son-sus-principales-caracteristicas/>
- Russo, E. (2008) *Hacer Cine*. Buenos Aires, Paidós.
- Sánchez, A. *Los millenials y lo que deben hacer las empresas para adaptarse a ellos*. Capital Humano 301: 74-77
- Secretaría de Seguridad Nacional y PNC (2018) *Reporte estadístico. Enero del 2017*. Guatemala, Guatemala: Secretaría de Seguridad Nacional.
- Vela, M., Sequén, A., Solares, H. (2001), *El lado oscuro de la eterna primavera*. Violencia, criminalidad y delincuencia en la postguerra. Guatemala, Guatemala: FLACSO

Anexos

Anexo 1 - Página 1 y 2 del guión literario final

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

Retrato de voluntarios en sus comunidades. Un joven está frente a un muro graffiti.

VOLUNTARIO 1

La violencia es una epidemia.

EXT. CIUDAD - DÍA

Una joven observa la ciudad desde un lugar alto.

VOLUNTARIO 2

Una epidemia que se propaga rápidamente.

EXT. CALLE - DÍA

Un joven platica con un amigo.

VOLUNTARIO 3

Y a su paso va afectando física
y emocionalmente a las poblaciones.

INT. OFICINA JCV DÍA

El Equipo de JCV planifica junto a voluntarios.

VOLUNTARIO 4 (JUNTADIRECTIVA)

Y la población que más sufre a causa de
la violencia, somos los jóvenes.
Según datos de la Policía Nacional Civil,
en el 2009 asesinaban a un guatemalteco
cada 90 minutos, convirtiendo a Guatemala
el cuarto país más peligroso de américa latina.

Cifras animadas surgen a los lados del voluntario 4 mientras habla.

Y aunque la tasa de homicidios descendió
actualmente, la violencia continúa.

VOLUNTARIO 4 camina hacia cámara con una tabla de proyectos en su mano.

Nosotros, como jóvenes nos sentíamos frustrados, impotentes. Pero decidimos tomar toda esa energía negativa, y convertirla en acciones positivas.

Lanza la tabla de proyectos fuera de cuadro.

EXT. CIUDAD - DÍA

Voluntario2 Recibe la tabla de proyectos y habla.

VOLUNTARIO 2

Acciones que ayuden a las personas, a las comunidades y al país a vivir en una cultura de paz y convivencia pacífica.

Guarda la tabla y saca una brocha de su bolsillo.

Unas acciones que se vuelvan un movimiento involuntario en nuestra anatomía: ayudar a prevenir la violencia.

Lanza la brocha fuera de cuadro.

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

Voluntario 1 recibe la brocha y habla frente a un mural.

VOLUNTARIO 1

Por eso, Jóvenes contra la violencia creó el programa de incidencia juvenil, que busca unificar a las comunidades por medio del trabajo de jóvenes voluntarios en alianza con autoridades. Realizamos proyectos de recuperación de lugares públicos, actividades culturales y también proyectos educativos.

Pone la brocha en el suelo y toma un megáfono. (Videos de incidencia juvenil en bonito mi barrio, en academia de música y fútbol, y en actividades de colegios)

VOLUNTARIO 1

Todo en función de tener una comunidad unida y sin violencia.

Lanza el meqáfono.

Anexo 2 - Página 1 y 2 del guión técnico literario

*Intro animada

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

Retrato de voluntarios en sus comunidades. Un joven está frente a un muro con graffiti. *(PM)ABIERTO FRONTAL*

VOLUNTARIO 1

La violencia es una epidemia.

EXT. CIUDAD - DÍA

Una joven observa la ciudad desde un lugar alto. *(PM)ABIERTO FRONTAL*

VOLUNTARIO 2

Una epidemia que se propaga rápidamente.

EXT. CALLE - DÍA

Un joven platica con un amigo *(PM)ABIERTO FRONTAL*

VOLUNTARIO 3

Y a su paso va afectando física
y emocionalmente a las poblaciones.

INT. OFICINA JCV DÍA

El Equipo de JCV planifica junto a voluntarios *(PM)SLIDE*

VOLUNTARIO 4 (JUNTADIRECTIVA)

Y la población que más sufre a causa de
la violencia, somos los jóvenes.

Todos los voluntarios de la mesa voltean a ver a cámara. Voluntario 4 se levanta y comienza a hablar, los demás siguen planificando. *(PM) ABIERTO DOLLY OUT*

Según datos de la Policía Nacional Civil,
en el 2009 Guatemala llegó a tener una
tasa de 46 homicidios por cada diez mil
habitantes, teniendo una población total
de 16 millones y medio.

Cifras animadas surgen a los lados del voluntario 4 mientras habla.

Y aunque la tasa de homicidios descendió
actualmente, la violencia continúa. *Fin de (PM) DOLLY OUT*

Texto animado de La violencia continúa mientras voluntario 4 sigue caminando
por la oficina y toma un libro que dice proyectos. *(PD)*

Nosotros, como jóvenes nos sentíamos
frustrados, impotentes. Pero decidimos
tomar toda esa energía negativa,
y convertirla en acciones.

Lanza el libro fuera de cuadro. *(PM) ABIERTO*

EXT. CIUDAD - DÍA

Voluntario2 Recibe el libro de proyectos, comienza a caminar y habla. *(PM)*
ABIERTO DOLLY LATERAL

VOLUNTARIO 2

Acciones que ayuden a las personas, a las
comunidades y al país a vivir en una cultura
de paz y convivencia pacífica.

Guarda el libro en su mochila. Saca una brocha. *(PD)*

Una acción que se vuelva un movimiento involuntario
en nuestra anatomía: ayudar a prevenir la violencia.

Lanza la brocha fuera de cuadro. *(PM) ABIERTO*

EXT. PARQUE PERONIA - DÍA

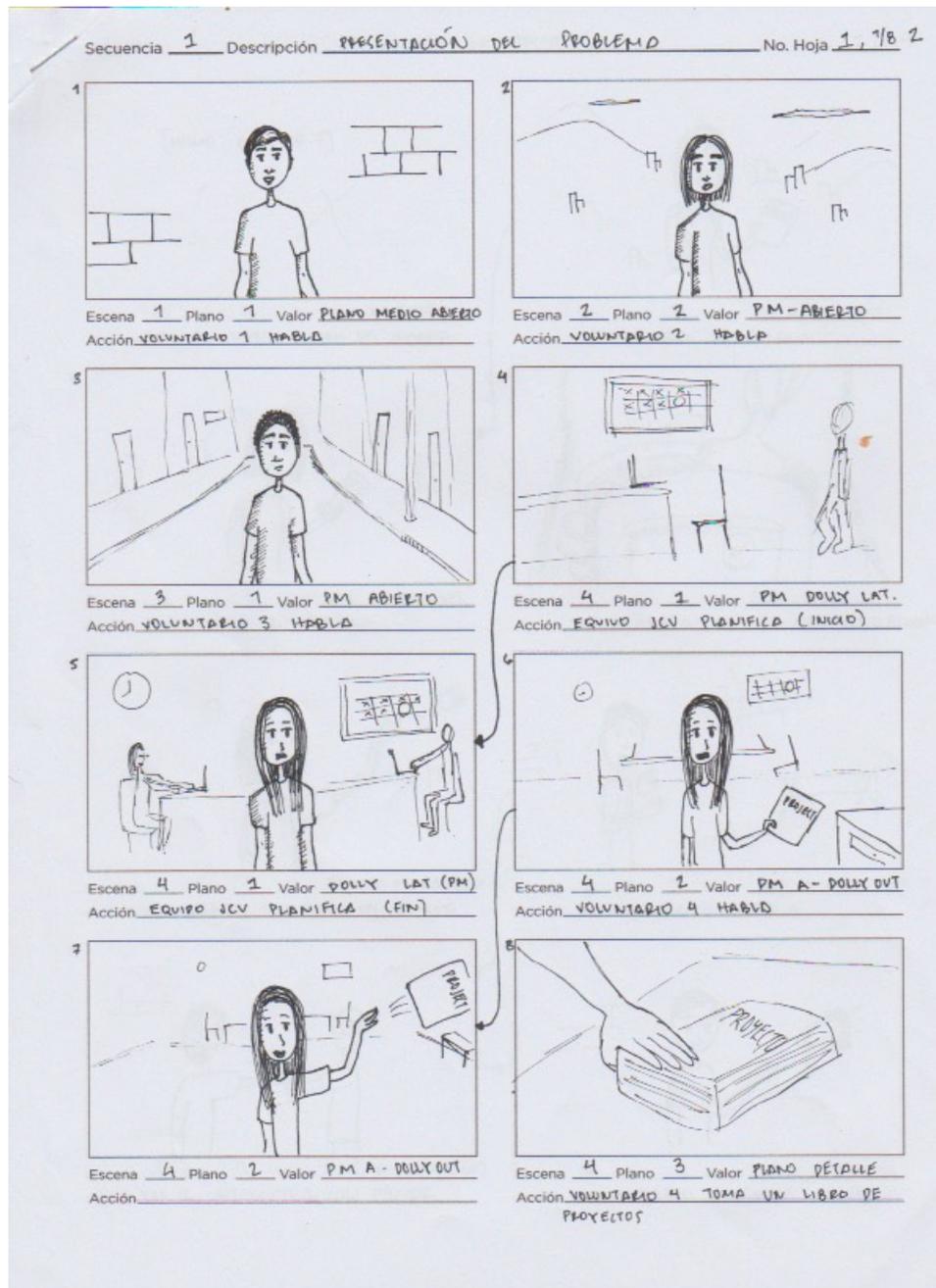
Voluntario 1 recibe la brocha y camina hacia donde se está pintando un mural.
(PM) ABIERTO DOLLY LATERAL

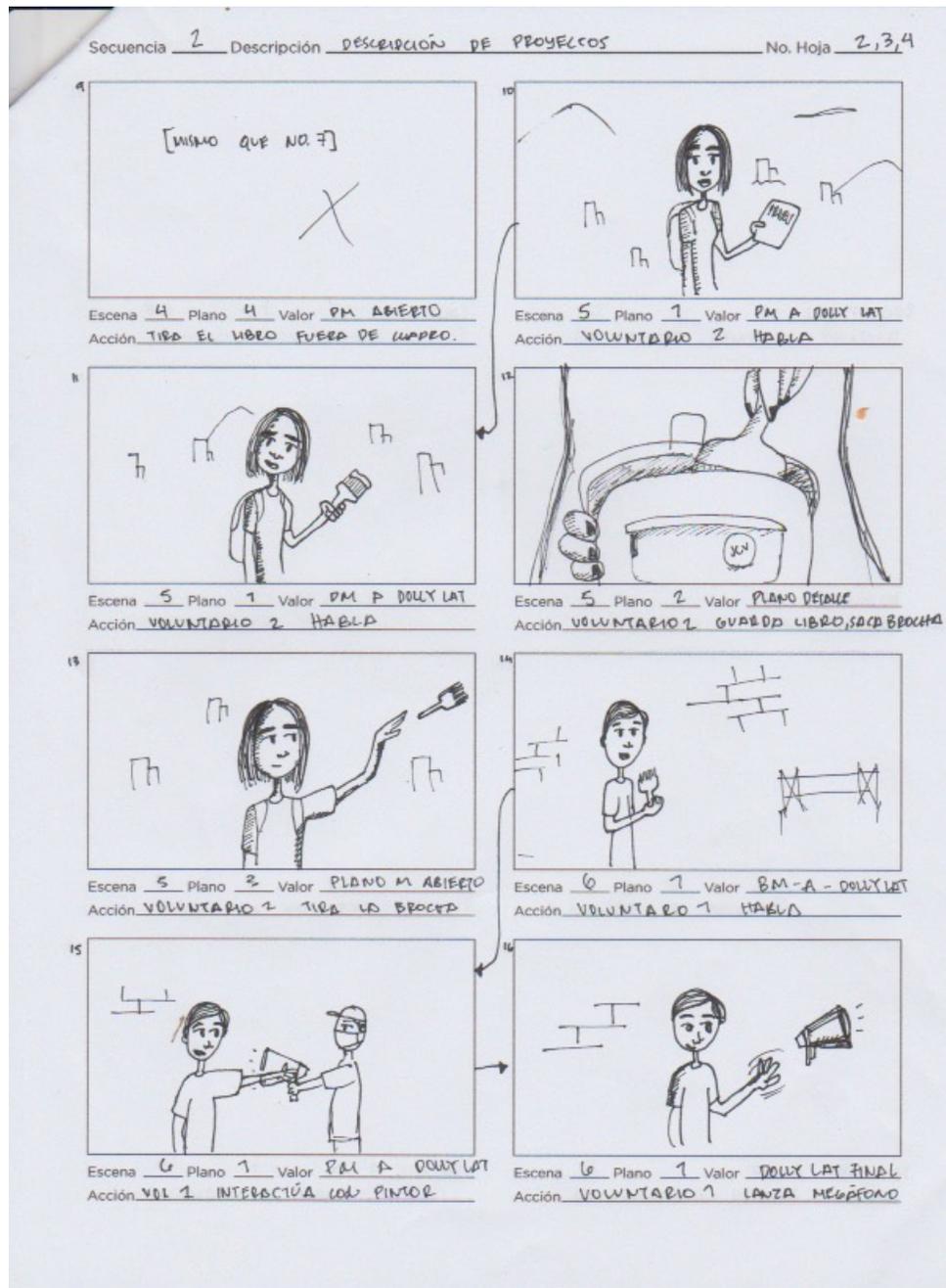
VOLUNTARIO 1

Por eso, Jóvenes contra la violencia creó
el programa de incidencia juvenil,
Que busca unificar a las comunidades a través
del trabajo de jóvenes voluntarios que
realizan proyectos de recuperación de lugares
públicos, actividades culturales y también
proyectos educativos.

Le da la brocha a un pintor de mural. El le da un megáfono. *SE DETIENE EL*
DOLLY Y LUEGO SIGUE (Videos de incidencia juvenil en bonito mi barrio, en aca-
demia de música y fútbol, y en actividades de colegios)

Anexo 3 - Página 1 y 2 del storyboard





Anexo 4 - Evaluaciones de visualización 2, 3

COEVALUACIÓN

Movimiento Involuntario - Audiovisual institucional para la institución "Jóvenes Contra La Violencia"

Movimiento Involuntario es el nombre para el video institucional de Jóvenes Contra la Violencia, una institución que trabaja por la prevención de la violencia en Guatemala. Su carácter es jovial, honesto y dinámico. Califique las siguientes características según su criterio en base a lo visto en el documento de visualización.

Nombre Completo: _____ Profesión/Ocupación _____

Co evaluación sobre locaciones	Excelente	Bueno	Aceptable	Malo
Las locaciones son estéticamente adecuadas para el audiovisual				
La locación seleccionada para mural es adecuada a la propuesta estética jovial y colorida.				
La locación seleccionada para ciudad es adecuada a la propuesta estética jovial y colorida.				
La locación seleccionada para Barrio es adecuada a la propuesta estética jovial y colorida.				
La locación seleccionada para Ciudad escena final es adecuada a la propuesta estética jovial y colorida.				
Se percibe visualmente la unidad entre locaciones.				

Observaciones: _____

Coevaluación sobre props	Excelente	Bueno	Aceptable	Malo
Los elementos son reconocibles como símbolos				
Los props son estéticamente atractivos y memorables				
La selección de vestuario es adecuada y atractiva para el audiovisual				

Observaciones: _____

Coevaluación sobre movimientos de cámara	Excelente	Bueno	Aceptable	Malo
La maquinaria elegida es la adecuada para realizar un recorrido lateral de manera fluida y limpia.				
Los encuadres previsualizados en las locaciones son atractivos en composición y color.				

Observaciones: _____

Validación

Movimiento Involuntario - Audiovisual institucional para la organización "Jóvenes Contra La Violencia"

Este documento tiene el objetivo de validar el audiovisual "Movimiento Involuntario - Jóvenes Contra la Violencia", un video institucional realizado como proyecto de EPS por la alumna Yocasta de León. A continuación se presentará una serie de aspectos a validar y evaluar, donde deberá marcar con una X su calificación.

Aspectos a validar del video	Excelente	Bueno	Aceptable	Malo
Es claro en el mensaje que transmite (Exponer proyectos de JCV)				
Es dinámico, presenta la información de forma atractiva				
El concepto del video (movimiento involuntario) se entiende a la perfección				
No existe ruido o distractores dentro del video				
La duración del video es la adecuada				
La estética del video es atractiva y dinámica				

¿El video te motiva a participar en las actividades de Jóvenes Contra la Violencia?

Notas y observaciones:

Guatemala, octubre 07 de 2019.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
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: **ANA YOCASTA DE LEÓN ZAPETA**, Carné universitario: **201400920**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL PARA LA ORGANIZACIÓN "JÓVENES CONTRA LA VIOLENCIA" PARA FOMENTAR LA CULTURA DE LA NO VIOLENCIA EN GUATEMALA**, 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 de Ramírez
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 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

“Diseño de material audiovisual institucional para la organización “Jóvenes Contra la Violencia” para fomentar la cultura de la no violencia en Guatemala”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Ana Yocasta de León Zapeta

Asesorado por:



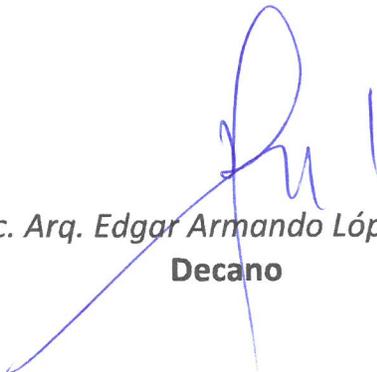
Lic. Carlos Enrique Franco Roldan



Lic. Fernando Fuentes Rios

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

