



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2023

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentando a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

### **ELABORADO POR:**

Melany Gabriela Griffiths Girón

Carné: 19003915

Para optar al título de:

## **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2023

Producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2023

Melany Gabriela Griffiths Girón

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Enero 2023

## **Nómina de autoridades**

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora. Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo. Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General. Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 11 de abril de 2022

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO ANIMADO PARA DAR A CONOCER A ESTUDIANTES RECIÉN EGRESADOS DE NIVEL MEDIO, POR MEDIO DE LA PLATAFORMA YOUTUBE, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD GALILEO.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

**Melany Gabriela Griffiths Girón**  
19003915



---

**Ms.C. Lourdes Donis**  
Asesora  
Colegiado 26246



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2022

**Señorita:**  
**Melany Gabriela Griffiths Girón**  
**Presente**

Estimada Señorita Griffiths:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO ANIMADO PARA DAR A CONOCER A ESTUDIANTES RECIÉN EGRESADOS DE NIVEL MEDIO, POR MEDIO DE LA PLATAFORMA YOUTUBE, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD GALILEO.** Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 10 de diciembre de 2022**

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO ANIMADO PARA DAR A CONOCER A ESTUDIANTES RECIÉN EGRESADOS DE NIVEL MEDIO, POR MEDIO DE LA PLATAFORMA YOUTUBE, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD GALILEO.** Presentado por la estudiante Melany Gabriela Griffiths Girón, con número de carné: *19003915*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Ms.C. Lourdes Donis**  
**Asesora**  
**Colegiado 26246**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 22 de septiembre de 2023

Señorita  
Melany Gabriela Griffiths Girón  
Presente

Estimada Señorita Griffiths:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 23 de febrero de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO ANIMADO PARA DAR A CONOCER A ESTUDIANTES RECIÉN EGRESADOS DE NIVEL MEDIO, POR MEDIO DE LA PLATAFORMA YOU TUBE, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD GALILEO**, de la estudiante Melany Gabriela Griffiths Girón, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 28 de mayo de 2024

**Señorita:**  
**Melany Gabriela Griffiths Girón**  
**Presente**

Estimada Señorita Griffiths:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO ANIMADO PARA DAR A CONOCER A ESTUDIANTES RECIÉN EGRESADOS DE NIVEL MEDIO, POR MEDIO DE LA PLATAFORMA YOUTUBE, LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD GALILEO. GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: Melany Gabriela Griffiths Girón, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**

**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## Dedicatoria

Primero, quiero agradecer a Dios por permitirme graduarme y culminar mi carrera con éxito.

Dedico de manera muy especial a mis padres por apoyarme y siempre sacar lo mejor de mí, ya que gracias a ellos pude lograr esta etapa profesional y ser la primera graduada de licenciada en mi familia.

Agradezco también a mi mejor amiga, Génesis Luttmann, por todo el apoyo brindado durante mis años de carrera, sin ella este éxito no sería el mismo.

A mi abuela y tío les agradezco por todo el amor y apoyo que me brindaron durante estos años de carrera.

## Resumen

A través del acercamiento con el departamento de Producción Audiovisual, Medialab se identificó que la Facultad de Comunicación y Diseño no cuenta con una producción de video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados del nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la opinión del cliente, grupo objetivo conformado por hombres y mujeres recién graduados de nivel medio entre las edades de 17 y 20 años que estén interesados en profesionalizarse en la Licenciatura de Comunicación y Diseño. Se validó con expertos en el área de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue una producción de video animado para dar a conocer la Licenciatura de Comunicación y Diseño a estudiantes recién egresados de nivel medio. Se recomendó la reproducción correcta del video animado a través de la plataforma de YouTube para tener un impacto mayor que en redes sociales.

Para efectos legales únicamente la autora, MELANY GABRIELA GRIFFITHS GIRÓN, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales

## Índice

<b>Capítulo I: Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo II: Problemática</b> .....	2
<b>2.1 Contexto</b> .....	2
<b>2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño</b> .....	2
<b>2.3 Justificación</b> .....	3
<b>Capítulo III: Objetivos del diseño</b> .....	6
<b>3.1 Objetivo general</b> .....	6
<b>3.2 Objetivos específicos</b> .....	6
<b>Capítulo IV: Marco de referencia</b> .....	8
<b>4.1. Información general del cliente</b> .....	8
<b>4.1.3 FODA</b> .....	9
<b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo</b> .....	11
<b>5.2 Perfil demográfico</b> .....	12
<b>5.3 Perfil psicográfico</b> .....	13
<b>5.4 Perfil conductual</b> .....	13
<b>Capítulo VI: Marco Teórico</b> .....	15
<b>6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio</b> .....	15
<b>6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño</b> .....	16
<b>6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.</b> .....	16
<b>6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.</b> .....	19
<b>6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias</b> .....	22
<b>6.3.1. Ciencias auxiliares.</b> .....	22
<b>6.3.2. Artes</b> .....	24
<b>6.3.3. Teorías</b> .....	24
<b>6.3.4. Tendencias.</b> .....	26
<b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar</b> .....	30
<b>7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico</b> .....	30
<b>7.2 Conceptualización</b> .....	31
<b>7.2.1 Método.</b> .....	31
<b>7.3 Bocetaje</b> .....	34
<b>7.3.1. Proceso de bocetaje.</b> .....	35
<b>7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.</b> .....	38

7.3.3. Proceso de animación.....	45
7.4 Propuesta preliminar .....	47
<b>Capítulo VIII: Validación técnica.....</b>	<b>52</b>
8.1 Población y muestreo .....	52
8.2 Método e instrumentos.....	53
8.2.1 Modelo de le encuesta .....	54
8.3. Resultados e interpretación.....	57
8.4 Cambios en base a los resultados .....	63
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final .....</b>	<b>67</b>
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....</b>	<b>70</b>
10.2 Plan costos de producción.....	71
10.3 Plan costos de reproducción.....	71
10.4. Plan de costos de distribución .....	72
10.5. Margen de utilidad.....	72
10.6 Cuadro con resumen general de costos. ....	73
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>75</b>
11.1 Conclusiones: .....	75
11.2 Recomendaciones: .....	76
<b>Capítulo XII: Conocimiento general .....</b>	<b>78</b>
12.1. Demostración de conocimientos.....	78
<b>Capítulo XIII: Referencias .....</b>	<b>80</b>
13.1 Referencias.....	80
<b>Capítulo XIV: Anexos.....</b>	<b>87</b>
Anexo I .....	87
Anexo II.....	89
Anexo III .....	91
Anexo IV .....	92
Anexo V.....	94
Anexos VI.....	99
Anexo VII.....	109



## **Capítulo I: Introducción**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene como objetivo formar profesionales en la comunicación y el diseño. Preparar a futuros comunicadores en lo que es la investigación, elaboración, producción y distribución de materiales gráficos, audiovisuales y digitales que incluyen los factores de movimiento, tiempo y espacio virtual, que rompen y mejoran los espacios tradicionalmente utilizados para la comunicación. Sin embargo, la Facultad no cuenta con una producción de video animado para dar a conocer a estudiantes potenciales, por medio de la plataforma Youtube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Para crear el concepto creativo se usará el método de “Ideas animadas” y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

Se realizará una producción de video animado para dar a conocer la Licenciatura de Comunicación y Diseño a jóvenes recién egresados de nivel medio entre edades de 17 y 20 años. Pertenecientes al nivel socioeconómico D1 y D2 y se validará con expertos en el área de comunicación, diseño y publicidad.





## **Capítulo II: Problemática**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no cuenta con una producción de video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados del nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

### **2.1 Contexto**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene como objetivo formar profesionales en la comunicación y el diseño. Preparar a futuros comunicadores en lo que es la investigación, elaboración, producción y distribución de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.

Al tener diferentes áreas propias de la carrera, se requiere mostrar un poco más de información para aclarar dudas sobre la licenciatura al grupo objetivo.

Después de un acercamiento con el cliente se llegó a la conclusión que es necesaria la producción de un video animado que muestra información relevante sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño para que el video sea reproducido en la plataforma YouTube de Medialab.

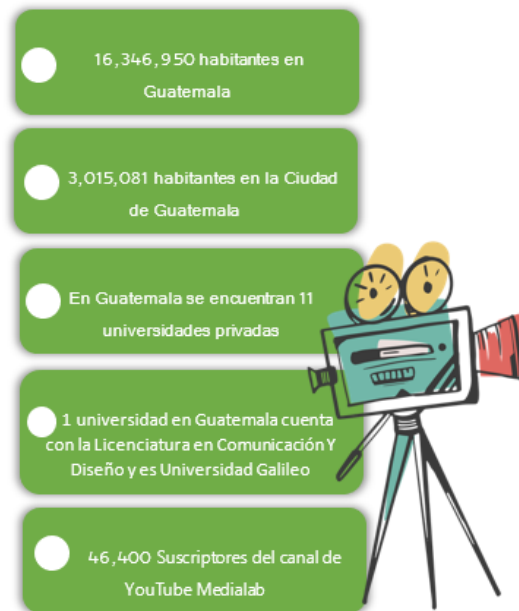
### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

La Facultad de Comunicación y Diseño no cuenta con una producción de video animado para dar a conocer a estudiantes potenciales, por medio de la plataforma Youtube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

## 2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención de la diseñadora – comunicadora, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

### 2.3.1. Magnitud.



*Gráfica 1: Gráfica de magnitud realizada por: Melany Gabriela Griffiths Girón*

La Republica de Guatemala cuenta con 16,346,950 de habitantes según el (Instituto Nacional de Estadística, 2022) en Guatemala –INE. En Guatemala se encuentran 11 Universidades Privadas las cuales 1 cuenta con la Licenciatura en

Comunicación y Diseño. Asimismo, Medialab cuenta con 45,400 suscriptores en su canal de YouTube. Ver anexo I.

**2.3.2. Vulnerabilidad.** Debido a que la Facultad de Comunicación y Diseño no cuenta con un video animado o llamativos sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño se podría llegar a perder el interés por parte del grupo objetivo y puede que no lleguen a saber que la universidad tiene dicha licenciatura.

**2.3.3. Trascendencia.** Con la implementación del video animado sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño, se le facilitará a nuestro grupo objetivo tener un mayor entendimiento de la licenciatura y tendrán una mejor orientación.

**2.3.4. Factibilidad.** La producción de un video animado sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño es un proyecto factible, porque dispone del personal y los recursos necesarios para su realización.

**2.3.4.1 Recursos humanos.** La Facultad de Comunicación y Diseño cuenta con el capital humano adecuado, ya que se distribuye en áreas de especialización según las necesidades de la facultad, como el área de: decanatura, asistentes administrativos, coordinación de proyectos, coordinación académica y secretariado.

**2.3.4.2 Recursos organizacionales.** El proyecto es apoyado por todas las áreas que posee la Facultad de Comunicación y Diseño y el área administrativa.

**2.3.4.3 Recursos económicos.** La Facultad de Comunicación y Diseño cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos tecnológicos.** Para la elaboración del proyecto se cuenta con el equipo adecuado, así como los softwares profesionales para la animación y digitalización.



Capítulo

III

## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

3.1.1 Producir un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, la licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

### **3.2 Objetivos específicos**

**3.2.1** Recopilar información sobre la Licenciatura en Comunicación y Diseño a través del brief proporcionado por el cliente para la correcta realización del material audiovisual.

**3.2.2** Investigar conceptos fundamentales y términos de comunicación, diseño y animación, a través de fuentes relacionadas con el tema para que el material audiovisual sea comprendido por el grupo objetivo.

**3.2.3** Animar los elementos gráficos que se utilizarán en el material audiovisual, basándose en las tendencias investigadas para adaptarlos a la línea gráfica y que este material sea difundido en las distintas plataformas.



## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1. Información general del cliente**

**Nombre del cliente:** Laboratorio de Multimedia

**4.1.1 Misión:** Elevar el conocimiento tecnológico de los profesionales y estudiantes en general y desarrollar técnicas para editar programas de audio y vídeo, así como generar titulados y efectos especiales. Procesar y corregir el audio de los programas de video y radiodifusión.

**4.1.2 Visión:** Contribuir en forma efectiva a la implementación de la nueva metodología del profesional, así como mejorar la capacidad estudiantil para realizar comunicaciones y demostraciones audiovisuales.

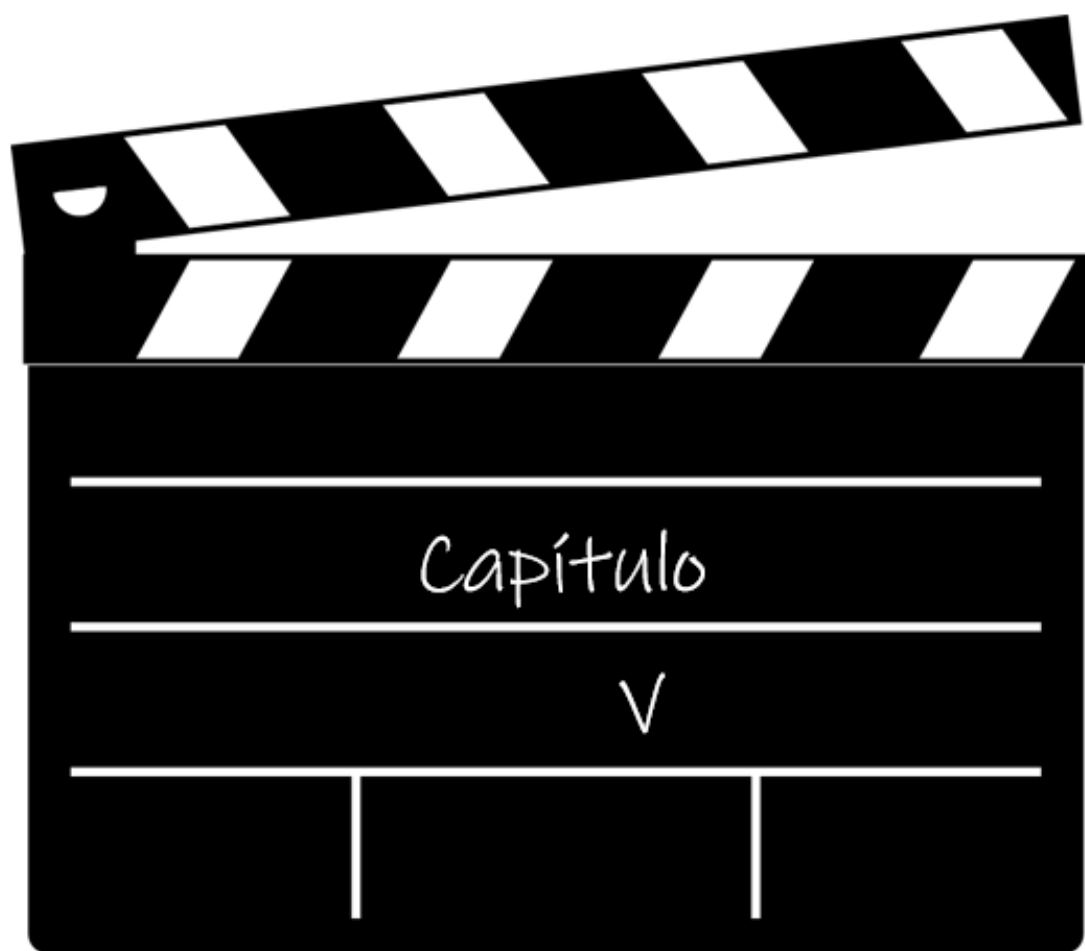


### 4.1.3 FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La facultad cuenta con personas muy creativas.</li> <li>• Los recursos para la producción del video pertenecen a la universidad.</li> <li>• La facultad cuenta con un personal dedicado con su trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La actual situación ha permitido consumir más contenidos digitales y visitar diariamente plataformas de entretenimiento.</li> <li>• Permitir desarrollar clases virtuales con estudiantes internacionales.</li> <li>• Atraer más estudiantes a la facultad por medio del video animado en el canal de Youtube de Medialab.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de video animado sobre la Licenciatura en el canal de Youtube de Medialab.</li> <li>• Falta de actualización de proyectos de estudiantes en la página de la licenciatura.</li> <li>• Falta de seguimiento de nuevos proyectos para motivar a los estudiantes de la facultad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada vez más, la licenciatura es agregada a las universidades de Guatemala.</li> <li>• Incremento de la publicidad sobre la Licenciatura en Comunicación y Diseño en redes sociales de otras universidades.</li> <li>• Pérdida de futuros aspirantes a la licenciatura por falta de conocimiento o dudas sobre la misma.</li> </ul>

*FODA realizado por: Melany Gabriela Griffiths Girón*

Ver Brief completo en anexo II.



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo de este proyecto son hombres y mujeres recién graduados de nivel medio entre las edades de 17 y 20 años que estén interesados en profesionalizarse en la Licenciatura de Comunicación y Diseño. Pertenecen a un nivel socioeconómico D1 y D2.

### **5.1 Perfil geográfico**

Basada en la última actualización del (Instituto Nacional de Estadística, 2022) en Guatemala –INE., el grupo objetivo se encuentra en el departamento de Guatemala el cual cuenta con una población total de 3,015,081.

Guatemala, oficialmente llamado Departamento de Guatemala, comúnmente llamado Guate es uno de los 22 departamentos de la República de Guatemala. Su capital es la Ciudad de Guatemala. El Área metropolitana de Guatemala cuenta con una población de 923,392. Cuenta con una superficie de 2.126 km<sup>2</sup>. El país tiene alrededor de 20 idiomas, los cuales son: Achi, Akateco, Chortí, Chuj, Itza, Ixil, Jakalteco, Qánjob´al, Kaqchikel, K´iche, Man, Mopan, Poqoman, Poqomchi, Q´eqchi´, Sakapulteco, Sipakapense, Tektiteko, Tz´utujil y Uspanteko.

## 5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo para este proyecto es de un promedio de hombres y mujeres recién graduados del nivel medio, comprendidos entre las edades de 17 y 20 años, con un nivel socioeconómico D1y D2 e ingresos entre Q3,400.00 y Q7,200.

NIVEL D1	NIVEL D2
Q7,200.00	Q3,400.00
Media completa	Primaria completa
Hijos en escuela	Hijos en escuela
Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
cta Q ahorro	
moto, por trabajo	
1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
CC, parques, estadio	Parques

La tabla anterior muestra que el grupo objetivo tiene un nivel de educación media, cuenta de ahorro, carro/moto y poseen bienes de comodidad básicos como: celular, radio, TV, electrodomésticos básicos y casa rentada (con 2 recámaras, 1 baño, sala y cocina).

Ver Anexo III: Tabla de niveles socio económico

### **5.3 Perfil psicográfico**

Son personas que tienen como objetivo el cursar una carrera universitaria para poder superarse en el área profesional. Tienen una personalidad creativa y facilidad para resolver un problema.

### **5.4 Perfil conductual**

Los interesados en la Licenciatura en Comunicación y Diseño son personas a quienes les interesan las tendencias de diseño, el arte, la tecnología y los medios de comunicación. Por lo mismo, pasan una gran parte de su tiempo en redes sociales o tienen un alto conocimiento de estas. El grupo puede resolver problemas creativamente situaciones profesionales y personalmente.



## Capítulo VI: Marco Teórico

### 6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Producción.** La producción se refiere al arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine, la televisión o redes sociales.

(Espinel, 2022)

Estas producciones pueden ser muy sencillas o complejas. Si se quiere lograr resultados sorprendentes, como un video musical o publicidad de grandes marcas, se debe utilizar equipo profesional para lograr una mejor calidad. (diariodealcala.es, 2022)

La producción audiovisual tiene como objetivo garantizar la realización en tiempo y forma del programa o producto. Tiene implementación dinámica, la cual incrementa el valor del trabajo de todo el equipo de realización. (huribroadcast.com, 2022)

**6.1.2. Video animado.** Se le conoce como una producción audiovisual que puede ser la superposición de imágenes hasta dibujos digitalizados en movimiento. El realizar un video animado tiene una elaboración y producción diferente al de una producción de un video normal. (Sefchovich, 2020)

El objetivo de los vídeos animados es mostrar cómo nuestro producto o servicio pueden ayudar a nuestros clientes potenciales. Explica un servicio contando una historia y es útil para presentar de forma entretenida y original del servicio.

(dosisvideomarketing.com, 2022)

**6.1.3 Estudiante.** Se le llama así a aquel sujeto, ya sea niño, joven o adulto que, entra en el ámbito académico y tiene por ocupación principal estudiar. Se trata de una persona que se dedica al estudio de diferentes temas. (Rossana, 2021)

**6.1.3.1 Estudiante de nivel medio.** El alumno ha culminado sus estudios a nivel primaria y secundaria (básicos) y empezará la preparación para el ingreso a la educación superior y al trabajo. (unate.org, 2022)

**6.1.4 YouTube.** YouTube es un sitio web para compartir vídeos subidos por diferentes usuarios, de diferentes edades a través de Internet. El término YouTube podría referirse a "tú transmites" o "canal hecho por ti". (significados.com, 2022)

## **6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1 Comunicación.** Es el proceso de intercambiar un mensaje o varios mensajes entre un emisor y un receptor. El cual es emitido por medio de un canal y un código. (Delgado, 2021)

La comunicación se puede transmitir a través del lenguaje verbal y no verbal. El lenguaje verbal, se transmite a través de forma oral. Y la comunicación no verbal se basa en los gestos o en el lenguaje corporal. (Peiró, 2021)

**6.2.1.1.1 Funciones de la comunicación.** Las funciones principales de la

comunicación son:

- **Función representativa:** Es cuando se da información objetiva sobre un hecho determinado o una noticia. (Peiró, 2021)



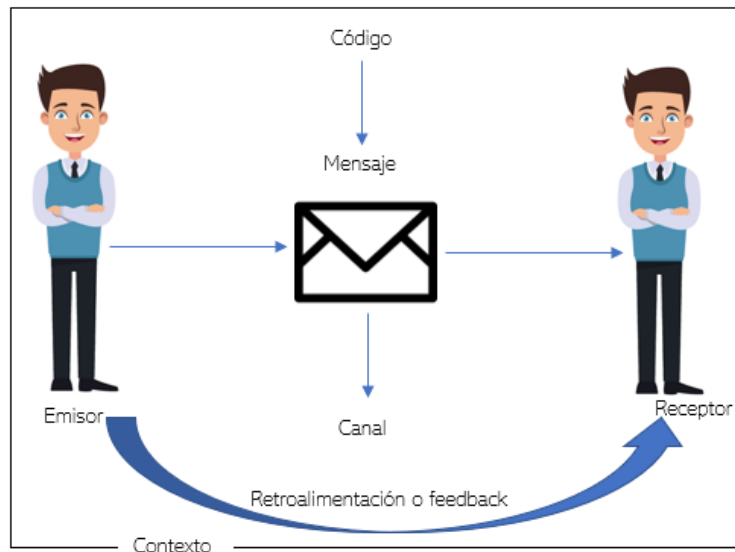
- **Función emotiva:** Es cuando se expresa o se dan a entender sentimientos o emociones, y la función es transmitir estados emocionales que existen. (Peiró, 2021)
- **Función apelativa:** El objetivo es llamar la atención del receptor y generar cierta influencia. (Peiró, 2021)
- **Función de contacto:** Se les conoce así a los mensajes que tienen como objetivo iniciar una conversación, reanudarla o interrumpirla en un momento determinado. (Peiró, 2021)
- **Función metalingüística:** Explica los códigos y normas de una lengua para ponerla en práctica de manera correcta. (Peiró, economipedia.com, 2021)
- **Función poética:** Tiene mayor enfoque en la estética del mensaje. Suele utilizarse en el aspecto literario. (Peiró, 2021)

**6.2.1.2 Elementos del proceso de comunicación.** Para que la comunicación sea efectiva se debe de tomar en cuenta los siguiente:

- **Emisor:** Es quién inicia la comunicación y envía un mensaje a otra persona o varias personas, suele componerse de un código. (Morales, 2021)
- **Receptor:** Es quién recibe el mensaje y código por parte del emisor. (Morales, 2021)
- **Código:** Se le conoce así a los signos o símbolos empleados por el emisor para crear el mensaje. (Morales, 2021)
- **Mensaje:** Es la información que el emisor va a transmitir con el receptor. (Morales, 2021)
- **Canal de comunicación:** Es el medio que es utilizado por el emisor para enviar el mensaje. (Morales, 2021)

- **Ruido:** Es la interferencia que no permite que la emisión y/o recepción del mensaje sea transmitida con éxito. (Morales, 2021)

### 6.2.1.3 Esquema de la comunicación



Esquema de la comunicación elaborado por Melany Gabriela Griffiths Girón

**6.2.1.4 Tipos de comunicación.** Para una comunicación de forma correcta se debe tomar en cuenta los siguientes puntos: (Garcia, 2022)

- **Comunicación verbal.** Se utilizan palabras, signos sonoros o auditivos para obtener comunicación con otras personas. Para emitir el mensaje existen dos tipos de comunicación verbal: comunicación oral y escrita. (Garcia, 2022)
- **Comunicación no verbal.** Es el lenguaje que se transmite a través de señas hacia otras personas. También es el lenguaje corporal: gestos, miradas, movimientos, posturas. (Garcia, 2022)
- **Comunicación individual.** Es la transmisión del mensaje que se transmite entre un emisor y un receptor. (Garcia, 2022)

- **Comunicación colectiva.** Es la comunicación entre dos o más personas que intercambian mensajes en un mismo espacio o lugar. (Garcia, 2022)
- **Comunicación intrapersonal.** Es cuando el emisor y receptor es la misma persona. (Garcia, 2022)
- **Comunicación interindividual.** Este tipo de comunicación ocurre cuando dos personas se comunican y expresan sentimientos. (Garcia, 2022)
- **Comunicación de masas.** Este tipo de comunicación se produce cuando hay un emisor único y un público masivo, variado. (Garcia, 2022)

**6.2.1.5 Comunicación audiovisual.** Se le conoce como a la transmisión de mensajes que incluye audio y vídeo. (bambooaudiovisual.com, 2022)

**6.2.1.6 Comunicación educativa.** La comunicación educativa permite enseñar y comprender diferentes temas para llegar a un conocimiento en común. (igniteonline.la, 2022)

## **6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.2.1 Diseño.** Se le conoce así al arte de proyectar objetos funcionales por medio de signos gráficos, puede ser un objeto bidimensional u objetos tridimensionales. (significados.com, 2022)

Se puede referir al conjunto de características visuales que determinan un objeto animado o inanimado. (significados.com, 2022)

También se le conoce como un proceso creativo en el que se busca una solución para algún problema en específico, este proceso creativo puede ser utilizado en las siguientes áreas: ingeniería, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines. (Etecé, 2021)

**6.2.2.2 Diseño gráfico.** Es la creación de objetos gráficos: ilustraciones, composiciones, logotipos, imágenes, tipografías, etc., las cuales se emplean mayormente en medios de comunicación masiva. (significados.com, 2022)

- **El diseño editorial.** Es el trabajo gráfico que se basa en el maquetado y preparación de portadas de libros, revistas y publicaciones impresas. (significados.com, 2022)
- **El diseño publicitario.** Es la creación de publicidad y mercadeo de productos y servicios de consumo para darlos a conocer. (significados.com, 2022)
- **El diseño corporativo.** Se basa en la creación de gráficos empresariales, como logotipos, empaquetados e ilustraciones que identifican la identidad corporativa de una empresa u organización. (significados.com, 2022)
- **El diseño web.** Se le llama así al diseño que está relacionado con Internet y el mundo 2.0, e incluye informática y programación. (significados.com, 2022)
- **6.2.2.3 Producción audiovisual.** Se le llama así a la creación de un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine, plataformas multimedia o la televisión. (euroinnova.gt, 2022)

Para llevar a cabo la idea audiovisual es necesario crear un plan de trabajo o un cronograma para cada actividad y así mantener una correcta organización y evitar costes de más o pérdida de tiempo.

(prodisacomunicacion.com, 2022)

**6.2.2.4 Animación.** Se le conoce así al proceso en el que se logra dar movimiento a dibujos u objetos inanimados. Esto se logra por medio de secuencias o frames por medio de programas especiales de animación. (pixel-creativo.blogspot.com, 2022)

**6.2.2.5 Imagen.** Se le conoce así a la representación visual de un elemento que se logra a partir de técnicas enmarcadas en la fotografía, el arte, el diseño, el vídeo u otras disciplinas. (Porto & Merino, 2009)

**6.2.2.6 Secuencia.** Es un proceso utilizado para dar la ilusión de movimiento a imágenes, dibujos u otro tipo de objetos inanimados (figuras de plastilina, por ejemplo). (www.wikiwand.com, 2022)

**6.2.2.7 Guion.** Es la parte textual que lleva todos los detalles y contenidos necesarios para que una obra o emisión pueda llevarse a cabo. (Porto & Gardey, 2009)

**6.2.2.8 Storyboard.** Se le conoce así a la parte fundamental de una producción audiovisual. Esta herramienta se representa cómo se va a desarrollar una escena. (Pérez, 2022)

**6.2.2.9 Ilustración.** Es un dibujo, pintura u obra impresa de arte que visualmente representa, o decora un texto escrito, que puede llegar a ser de carácter literario o comercial. (arteneo.com, 2015)

**6.2.2.10 Multimedia.** Se emplea en los sistemas u objetos que se transmiten por diversos medios y presenta de manera simultánea, textos, imágenes, audios, entre otros. Se puede presentar por medio de equipos analógicos, digitales y en los dispositivos de almacenamiento. (significados.com, 2022)

## 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

### 6.3.1. Ciencias auxiliares.

**6.3.1.1 Semiología de la imagen.** Se le llama así cuando las fotografías pueden llegar a tener un significado para cada persona y que por lo general hay un mensaje central que es el que está abierto a interpretaciones. (Huerta, 2014)

**6.3.1.2 Campos.** En la semiología de la imagen existen muchos campos, entre ellos se encuentran:

- Lenguaje de señas.
- Señales de tránsito.
- Obras de arte.
- Señales de movimiento y acción (se utilizan generalmente en el ejército).
- Caricaturas.
- Vallas publicitarias. (ipp.edu.pe, 2021)

**6.3.1.3 Denotación y connotación.** Se debe de tener una idea total de la distinción entre denotación y connotación.

- **Denotación.** Es el significado literal o evidente.
- **Connotación.** Se le conoce como al sistema de significados. (Nates, 2013)

**6.3.1.2 Psicología de la comunicación.** Esta conducta científica se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación. (definicion.xyz, 2022)

Se llegan a incorporar criterios de psicología en el diseño de estrategias. El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencia. (americaeconomia.com, 2022)

La comunicación verbal en psicología se refiere solo a los procesos lingüísticos. (todosobrecomunicacion.com, 2022)

Una de las relaciones fundamentales es donde intervienen el lenguaje y la comunicación en psicología. El lenguaje es uno de los elementos de mayor necesidad porque gracias a él, las personas puedan comunicarse y reflexionar sobre cómo están actuando en su entorno. (todosobrecomunicacion.com, 2022)

**6.3.1.3 Lingüística.** Se le considera Lingüística a la disciplina que se dedica al estudio del lenguaje. También estudia la lengua a distintos niveles: el fonético-fonológico, el morfológico, el sintáctico, el léxico y el semántico. (Coelho, 2018)

Esta disciplina científica también investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas y las condiciones que hacen posible la comprensión. (inil.ucr.ac.cr, 2022)

**6.3.1.4 Psicología del color.** Investiga cómo afectan los colores al comportamiento humano y las percepciones que se tienen del mismo. (Peiró, 2021)

También analiza cómo es el comportamiento ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. (García-Allen, 2016)

El simbolismo de los colores es un territorio ciertamente ambiguo y el color tiene muchas lecturas dependiendo del contexto del que se trate. (García-Allen, 2016)

**6.3.1.5 Psicología audiovisual.** Esta disciplina científica se relaciona con el diseño de interacción de conceptos en la cultura digital. (Cortés, 2013)

Los medios audiovisuales tienen una influencia enorme dentro de la sociedad actual, lo cuál puede ser difícil elegir y clasificar contenido adecuados. (emiliano21.wordpress.com, 2022)

### 6.3.2. Artes

**6.3.2.1. Dibujo.** Se le llama así al arte y técnica de dibujar. El objetivo de esta técnica es plasmar una imagen, sobre un papel, lienzo o cualquier otro material, haciendo uso de diferentes técnicas. (Etecé, 2021)

**6.3.2.2. Música.** Forma parte de las Bellas Artes, debido a que es un género artístico, que consiste en conseguir efectos estéticos a través de la manipulación de sonidos vocales o instrumentales. (Etecé, concepto.de, 2022)

**6.3.2.3. Tipografía.** Se le conoce como la técnica de escribir y se utilizan diferentes diseños de letras y caligrafía y tiene como objetivo el resaltar lo que se desea comunicar, es muy útil en el campo de la publicidad o marketing. (Rossana A. , 2021)

**6.3.2.4. Animación minimalista.** Consiste en diseñar y animar objetos o personas con la menor cantidad de detalles. Para llevar a cabo la animación minimalista, se debe centrar en algunos elementos clave: texto simple, gráficos limpios y colores llamativos. El diseño minimalista es una técnica de comunicación que se puede utilizar para que el punto de vista destaque entre el público y sin gastar un gran presupuesto en animación. (Childress, 2022)

### 6.3.3. Teorías

**6.3.3.1 Teoría de Gestalt.** Gestalt significa patrón, figura o forma. Esta teoría busca encontrar un sentido a cómo la mente percibe las cosas como un todo, en lugar de individualmente cada elemento. (Llasera, 2021)

Se basa en el corte teórico y experimental, que se dedica al estudio de la percepción humana. (significados.com, 2022)



### 6.3.3.1.1 Ideas clave de la Teoría de la Gestalt

- **Aparición.** Esto surge cuando se percibe un objeto y le se le da una interpretación a partir de la información previa que ya conocemos. (Llasera, 2021)
- **Cosificación.** En esta idea clave las personas pueden reconocer objetos incluso cuando faltan partes de ellos. Esto funciona ya que el cerebro hace coincidir lo que vemos con patrones familiares almacenados en nuestra memoria para llenar los vacíos. (Llasera, 2021)
- **Multiestabilidad.** Esta idea se basa en que las personas a menudo interpretan objetos en más de una forma debido a que nuestro cerebro va de un lado a otro buscando la certeza. (Llasera, 2021)
- **Invariabilidad.** Esta idea surge cuando nuestro cerebro puede percibir objetos desde diferentes perspectivas a pesar de que cuenten con apariencia diferente. (Llasera, 2021)

**6.3.3.2 Teoría del color.** Se conoce como una mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. La teoría del color es de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión. (Etecé, concepto.de, 2022)

También se utiliza para explicar cómo se generan los colores que conocemos. Se pueden encontrar dos teorías al respecto, estas son la de la síntesis aditiva y la de la síntesis sustractiva. (dical.es, 2022)

**6.3.3.2.1 Teoría de la síntesis aditiva.** Se le llama así ya que es un modelo que explica la obtención de los colores mediante la combinación con otros. La teoría

habla de cómo surgen los colores primarios. Estos provienen de los rayos de luz blanca. Al ser superpuestos entre sí, generan nuevos colores. (dical.es, 2022)

**6.3.3.2.2 Teoría de la síntesis sustractiva.** La función de este modelo tiene que ver con la absorción de las longitudes de onda y el reflejo de otras por parte de los objetos. De esta forma, el color del objeto va en función de las partes del espectro electromagnético que son reflejadas por él. (dical.es, 2022)

**6.3.3.2.3 Cualidades del color.** Los colores que se perciben tienen tres cualidades. Entre ellos están:

- **Tono:** Es el color que tiene por sí mismo. Nos permite distinguir entre tonos cálidos y fríos. (dical.es, 2022)
- **Saturación:** Tiene que ver con la pureza del color gris. Va a depender de la cantidad de blanco que presente. (dical.es, 2022)
- **Brillo:** Se le conoce así a la intensidad lumínica que tiene un color. Puede variar en función de lo cerca que el color esté del blanco o del negro. (dical.es, 2022)

#### **6.3.4. Tendencias.**

**6.3.4.1 Vuelven los 90.** Lo retro nunca pasará de moda, pero siempre se renueva cada cierto tiempo. Ahora el diseño vuelve con fuerza a los años 90. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.2 Ilustración 3D.** Esta tendencia deja de lado las ilustraciones vectoriales planas para añadir un mayor nivel de detalle, volumen, movimiento, profundidad y dimensión. Estos diseños pueden ir desde lo abstracto. La ilustración 3D es ideal para el diseño web y las redes sociales. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.3 Diseño minimalista: menos sigue siendo más.** Esta tendencia consiste en eliminar los elementos pesados del objeto gráfico. El minimalismo continuará eliminando los adornos. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.4 Diseño de logotipos simplificados.** Siguiendo con la tendencia minimalista, muchas marcas van a ir reduciendo el exceso de detalle y los elementos de diseño complejos. Además. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.5 Diseño gráfico maximalista: ¡Más es más!** Esta tendencia es todo lo contrario al diseño minimalista, el maximalismo va de la mano con el exceso y llena el espacio de objetos, colores y patrones. El maximalismo es una propuesta bastante arriesgada, pero cuando está bien diseñado, puede ser realmente poderoso e interesante. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.6 Escenas surrealistas: imaginación al poder.** Esta tendencia es conocida como una tendencia de diseño escapista, llena de personajes sorprendentes y escenarios inesperados que invitan al espectador a perderse explorando en ellos. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.7 Tipografía tridimensional.** Todo relacionado con la tendencia 3D llega también a la tipografía. Se verán palabras con forma de globo de helio o de cordón de zapatos. (mediactiu.com, 2022)

**6.3.4.8 Patrones paramétricos.** Esta tendencia rompe con los colores sólidos y añade interés visual. (mediactiu.com, 2022)

## 6.4 Tablero de tendencias

# Tendencias de Diseño

**Vuelven los 90.**

Ahora la actualidad del diseño vuelve con fuerza los años 90.




---

**Ilustración 3D**

La ilustración 3D es perfecta para el diseño web y las redes sociales. Por supuesto, en la animación, el modelado 3D ofrece muchas aplicaciones tanto off como online.




---

**Diseño Minimalista**

Este estilo de diseño gráfico elimina los elementos pesados a la vista para dar más presencia al contenido.




---

**Diseño de logotipos simplificados**

Siguiendo con la filosofía minimalista, este año vamos a ver cómo muchas marcas rediseñan su logotipo para simplificarlo.



**Diseño gráfico maximalista**

El maximalismo es una propuesta bastante arriesgada, pero el caos, cuando está bien diseñado, puede ser realmente poderoso e interesante.




---

**Escenas surrealistas**

una tendencia de diseño escapista y onírica, llena de personajes sorprendentes y escenarios inesperados que invitan al espectador a perderse explorando en ellos.




---

**Tipografía tridimensional**

Ganará tridimensionalidad con efectos realistas que la harán saltar de la pantalla y el papel. Veremos palabras con forma de globo de helio o de cordón de zapatos.




---

**Patrones paramétricos**

Para romper los colores sólidos y añadir interés visual, en 2022 los patrones lucrán motivos más vanguardistas.

Tablero de tendencias creado por *Melany Gabriela Griffiths Girón*. Ver imágenes de ejemplo en anexo IV.



## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

A continuación, se presenta la propuesta de conceptualización gráfica del video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala.

Se ha tomado en cuenta la información obtenida de la investigación realizada en el capítulo del marco teórico y perfil del cliente ya que, una vez evaluado todos los aspectos para la implementación y aplicación, se puede presentar la siguiente propuesta justificando la aplicación de la información recopilada en el marco teórico.

**7.1.1 Aplicación de la Comunicación.** La comunicación es indispensable al momento de conceptualizar, ya que con ella se podrá persuadir, transmitir una idea, provocar el interés a través de los procesos de la comunicación. En el caso de los alumnos recién egresados de nivel medio se sentirán atraídos por el video debido a la imagen en movimiento, los símbolos, el video que crearán una retentiva.

**7.1.2 Aplicación del Diseño.** La aplicación de diseño ayudará a que el proyecto se desarrolle de manera estética y con sentido el mensaje que se quiere transmitir. Se estará aplicando lo que es teoría del color, tipografías, tendencias. Ya que al utilizar estos elementos el mensaje será fácil de entender y recordar.

**7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares.** Las ciencias auxiliares contribuirán a lograr que la conceptualización sea bien aplicada a la producción del video animado por medio de la semiótica la cual presentará los signos necesarios que el usuario pueda darle un significante y sobre todo el significado necesario.

**7.1.4 Aplicación de las artes.** Las artes son esenciales al momento del desarrollo del proyecto ya que con ellas se construirá una línea gráfica que irá de la mano con la tipografía, la ilustración, el dibujo y que debe estar reflejado en todo material de apoyo digital y audiovisual para así obtener unidad visual tanto en forma como en composición.

**7.1.5 Teorías.** Las teorías utilizadas en el proyecto serán de gran ayuda ya que nos permitirán mandar un mensaje claro y que se interprete correctamente. En este caso, se utilizará la teoría del color y de la Gestalt para así lograr un mejor desarrollo en cuanto a formas y descubrimiento de nuevos mensajes a través de videos animados.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método.**

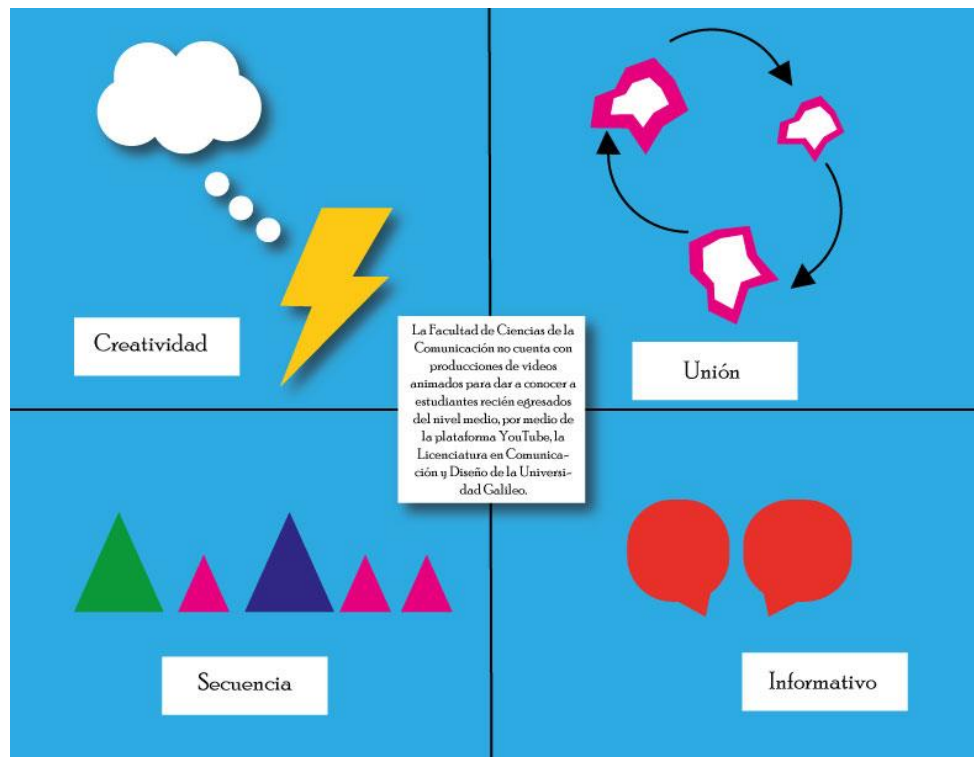
**7.2.1.1 Ideas animadas.** Es una técnica de pensamiento visual inventada en su origen por Alexander, Ishikawa y Silverstein para inventar diseños de edificios. Se trata de crear símbolos visuales abstractos en lugar de palabras. Con su combinación, su forma, movimiento, posición... surgen las nuevas ideas. Lo importante es saber qué significa las representaciones gráficas que se realiza. El proceso para la realización de la técnica de Ideas animadas es el siguiente:

- **Definición del problema:** es hallar la pregunta a la que se buscarán respuestas (esto es, soluciones). Sólo eligiendo bien el problema puede luego escogerse el camino que conduzca a las soluciones deseadas.

- **Dividir el objetivo creativo o foco en palabras o atributos:** después definir el objetivo del proyecto es necesario que se divida en palabras o atributos para así aterrizar en una idea para definir el desarrollo del proyecto.
- **Dibujar un símbolo gráfico abstracto a partir de cada atributo:** Se debe seleccionar el número de cuartillas u hojas de papel según el número de atributos que se tenga y realizar símbolos.
- **Poner todos los dibujos sobre una mesa mirando hacia arriba.**
- **Busca ideas para vincular el objetivo con los dibujos:** Se debe relacionar, conectar, y hacer asociaciones de ideas.



**7.2.1.2 Aplicación del método.** Lo que se quiere lograr es elaborar la conceptualización de un video animado sobre la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala con el fin de crear y definir una identidad visual específica. Para llevar a cabo la conceptualización se utilizó la técnica creativa “Ideas animadas”.



La aplicación de la técnica se dividió en 4 cartillas que definen la creatividad, unión, secuencia e informativo ya que estos elementos ayudarán a la formación del video.

- **Creatividad:** Será en la forma en la que la información del video será presentada y la estética del video animado. Se eligió el símbolo de un rayo, ya que a veces podemos tener ideas creativas en un instante, así como cuando de repente cae un rayo.

- **Unión:** Se basará en que todos los elementos del video como (música, personajes, escenarios, animación) pasarán a ser uno solo para la formación del video.
- **Secuencia:** creará una historia con las imágenes que están relacionadas entre sí para lograr transmitir el mensaje correctamente.
- **Informativo:** se transmitirá la información necesaria y relevante para abarcar todas las dudas que tengan el grupo objetivo.

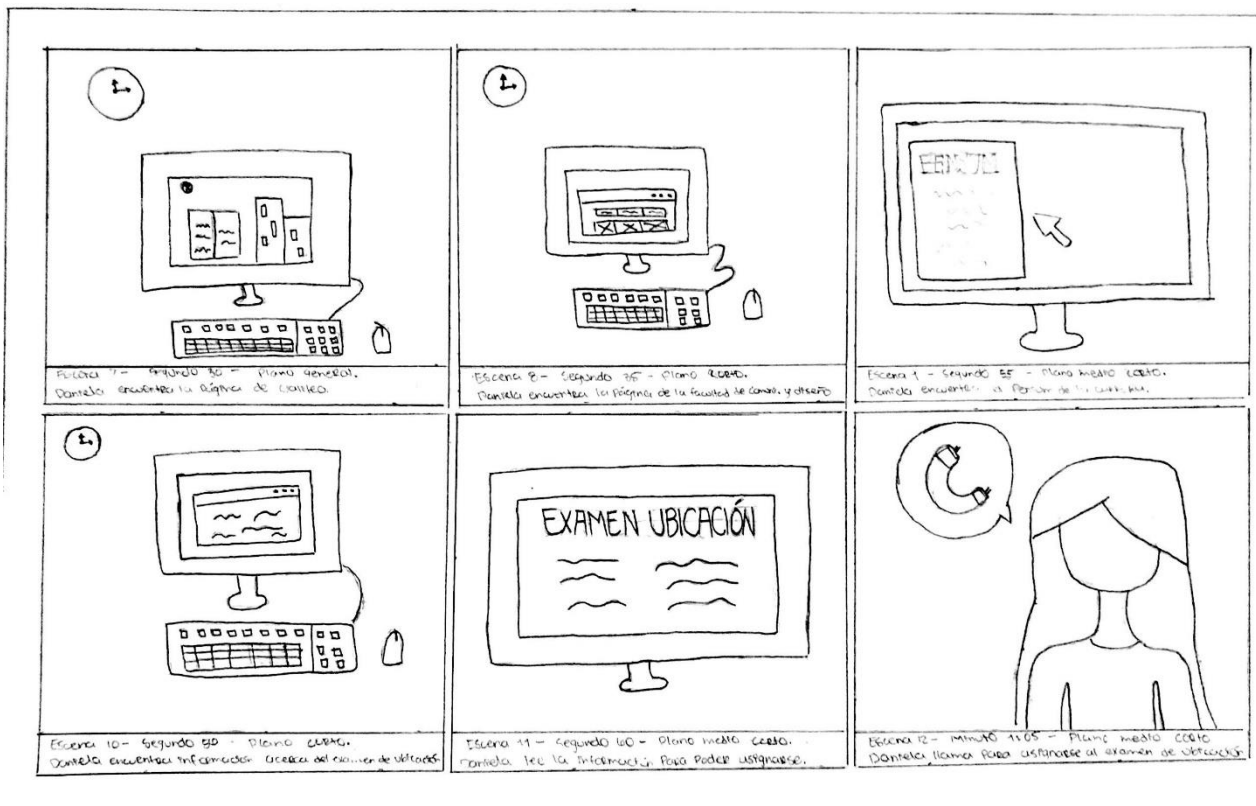
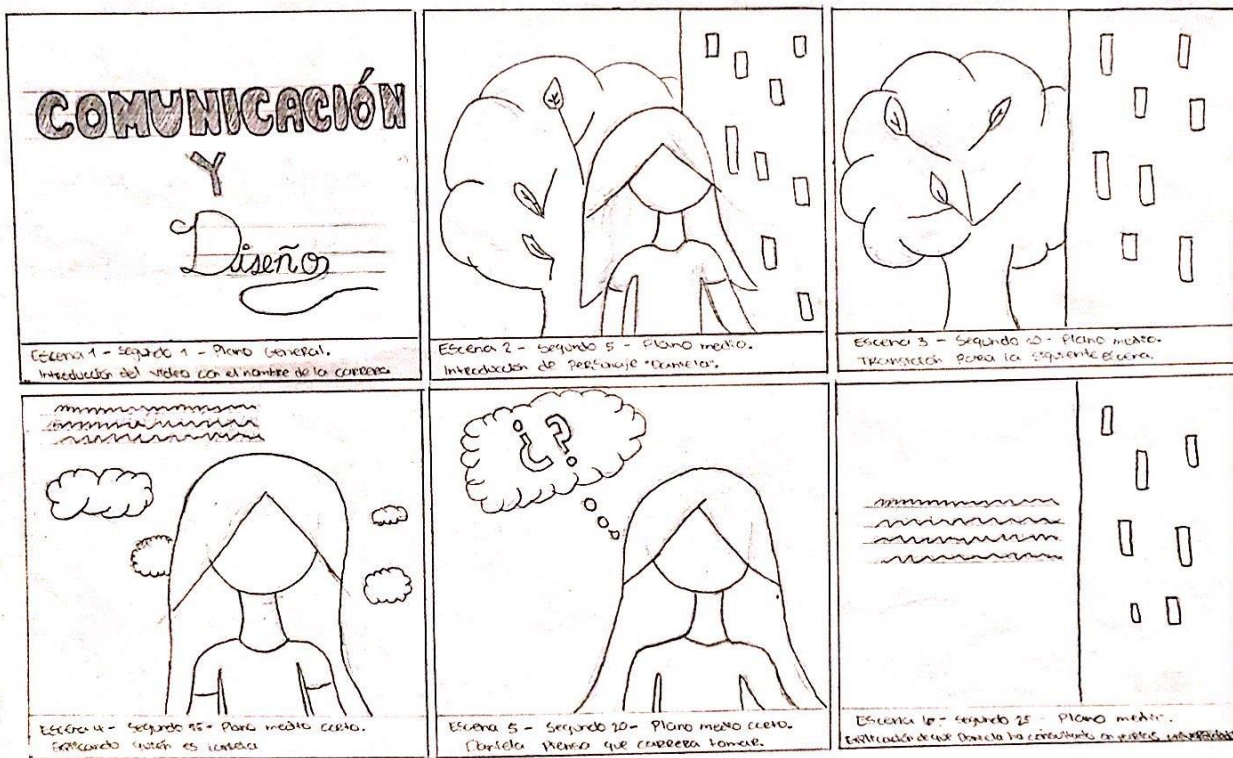
**7.2.1.3 Definición del concepto.** Luego de haber aplicado las técnicas anteriores, se decidieron las propuestas más aptas para el desarrollo del proyecto y las cuales se acercan más a la conceptualización.

Se determina la identidad visual del video que integre: estética, unión y buena secuencia de la historia, es decir, crear una línea única de diseño y comunicación para así transmitir el mensaje y el grupo objetivo pueda verlo desde varios puntos de la Ciudad de Guatemala. “Educación virtual sin fronteras”.

### **7.3 Bocetaje**

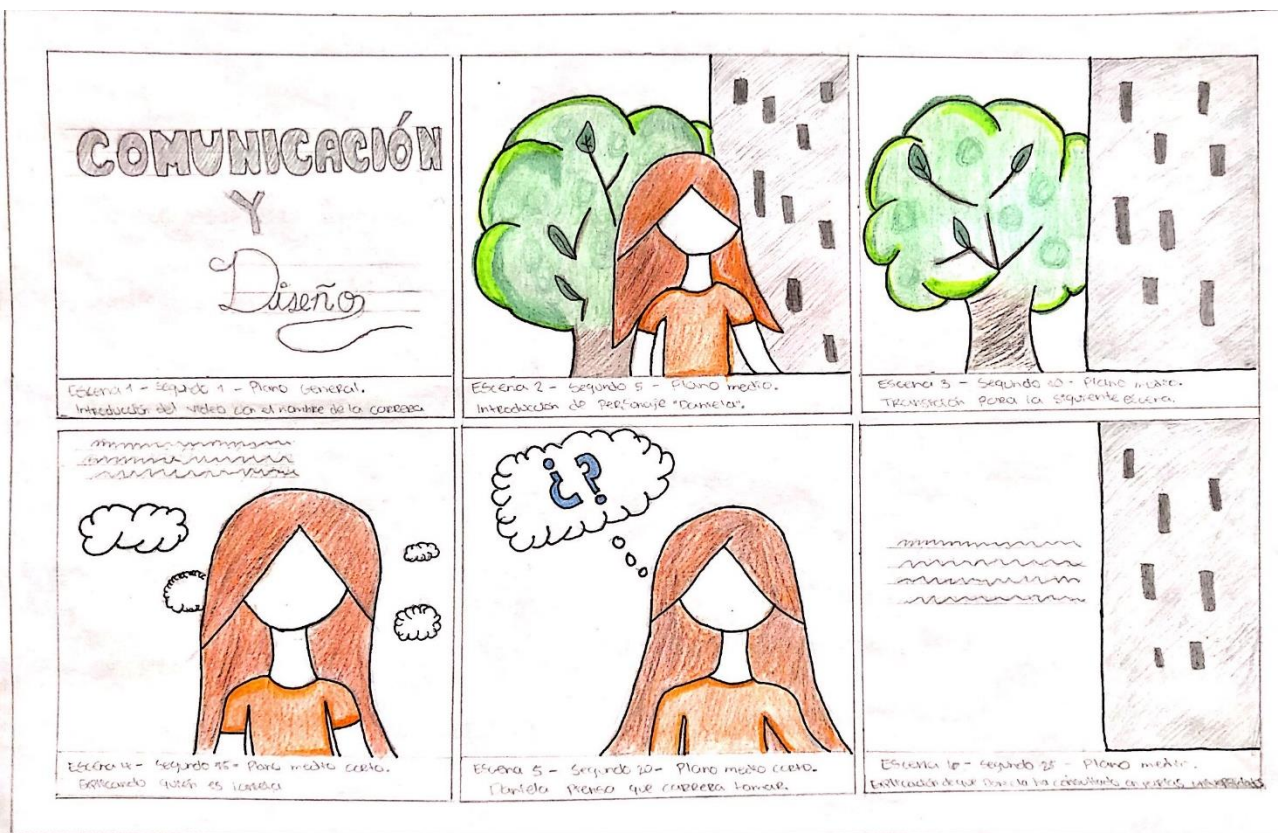
Se define como bocetaje al primer elemento concreto de un proyecto. Puede ser un dibujo sencillo que permite plasmar las distintas opciones antes de llegar a una idea final.

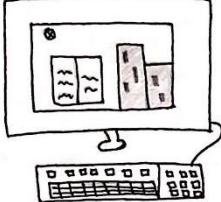
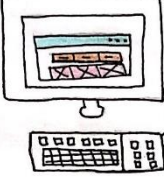
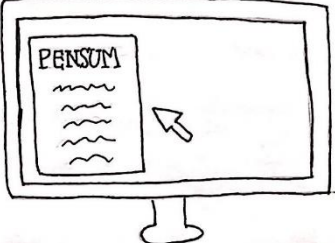
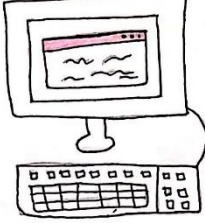
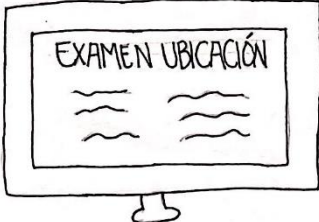
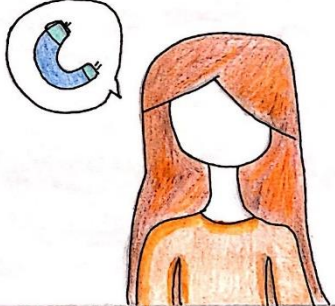
7.3.1. Proceso de bocetaje.





### 7.3.2 Bocetaje formal.



 <p>Escena 7 - Segundo 30 - Plano medio. Daniela consulta la página de la escuela.</p>	 <p>Escena 8 - Segundo 35 - Plano medio. Daniela consulta la página de la facultad de diseño.</p>	 <p>Escena 9 - Segundo 45 - Plano medio. Daniela consulta la página de la facultad.</p>
 <p>Escena 10 - Segundo 50 - Plano medio. Daniela consulta información acerca del sistema de admisión.</p>	 <p>Escena 11 - Segundo 55 - Plano medio. Daniela lee la información para poder inscribirse.</p>	 <p>Escena 12 - Minuto 00 - Plano medio. Daniela llama para inscribirse al examen de ubicación.</p>

 <p>Escena 13 - Minuto 05 - Plano medio. Daniela realiza el examen.</p>	 <p>Escena 14 - Minuto 10:30 - Plano medio. Daniela llega entre a la casa y se fue de Facom.</p>	 <p>Escena 15 - Minuto 11:00 - Plano general. Finalización del video con logo Facom.</p>
--	--	---

### 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

#### Escena 1

#### Paso 1. Vectorización de tipografía “Comunicación”



#### Paso 2. Selección de tipografía de diseño

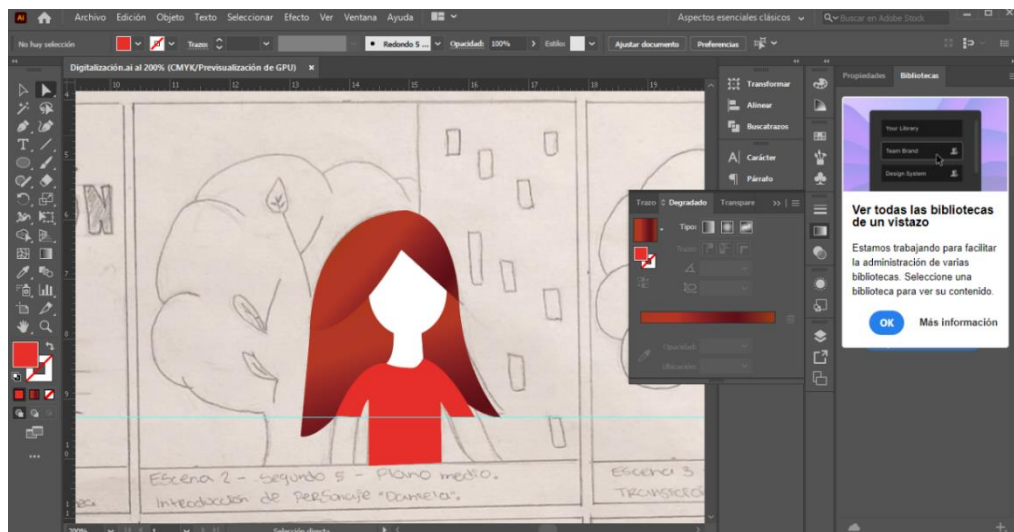
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
sed diam nonummy nibh euismod tincidunt  
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut  
veniam, quis nostrud exercitation ullam  
corper dolorem id mollis ut aliquip ex ea  
commodo

Stereofidelic-  
ic-Regular

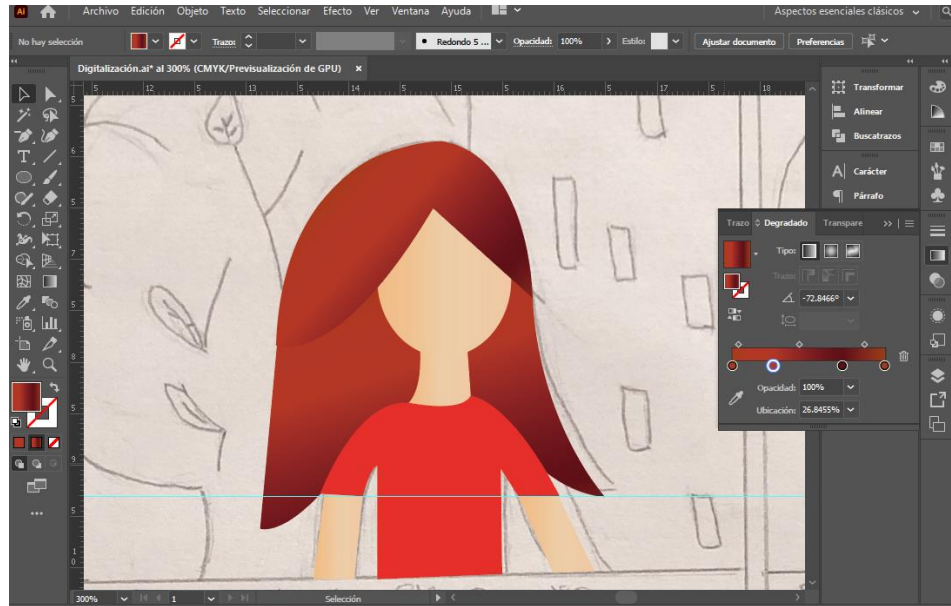


## Escena 2

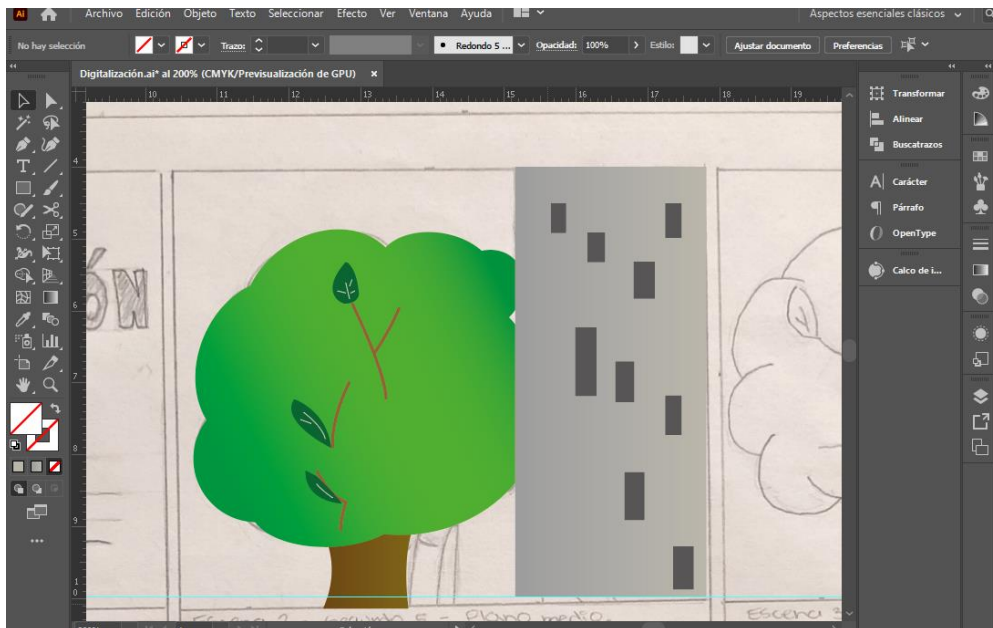
**Paso 1.** Se inició realizando la textura y degradado del cabello de Daniela, después se siguió con la forma de la cabeza y camiseta.



**Paso 2.** Se realizó la textura de la piel del personaje

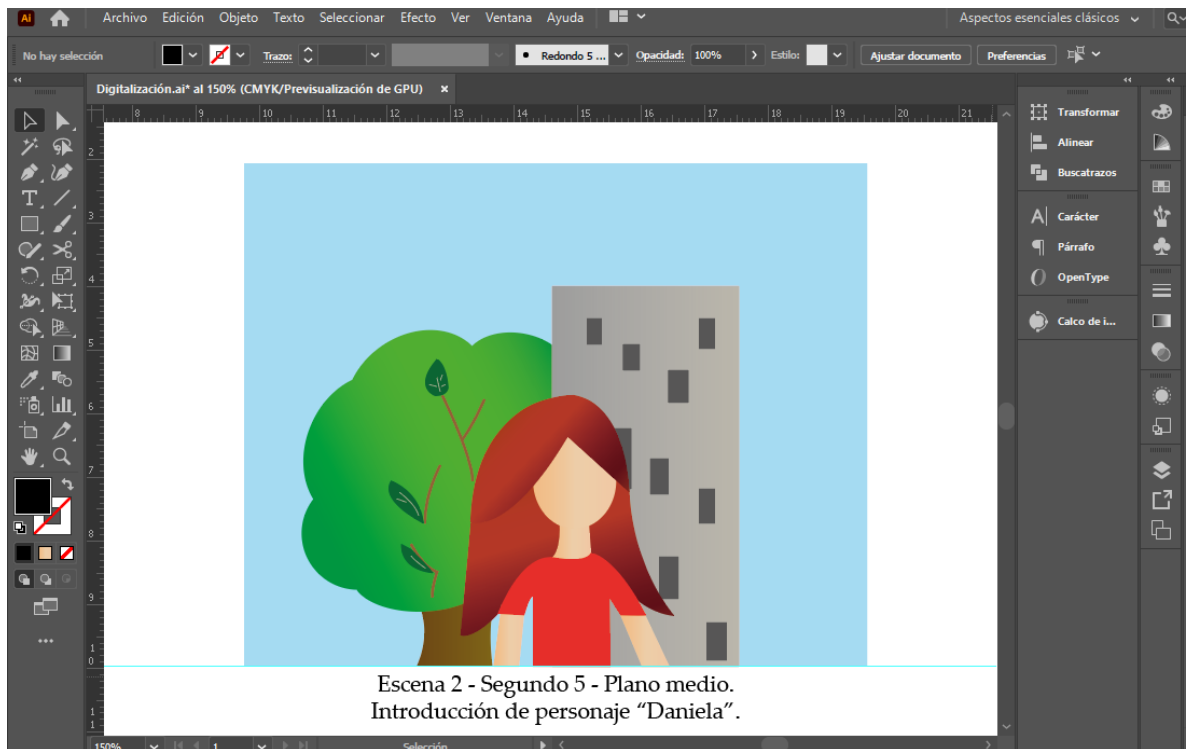


**Paso 3.** Se digitalizó el árbol y el edificio.



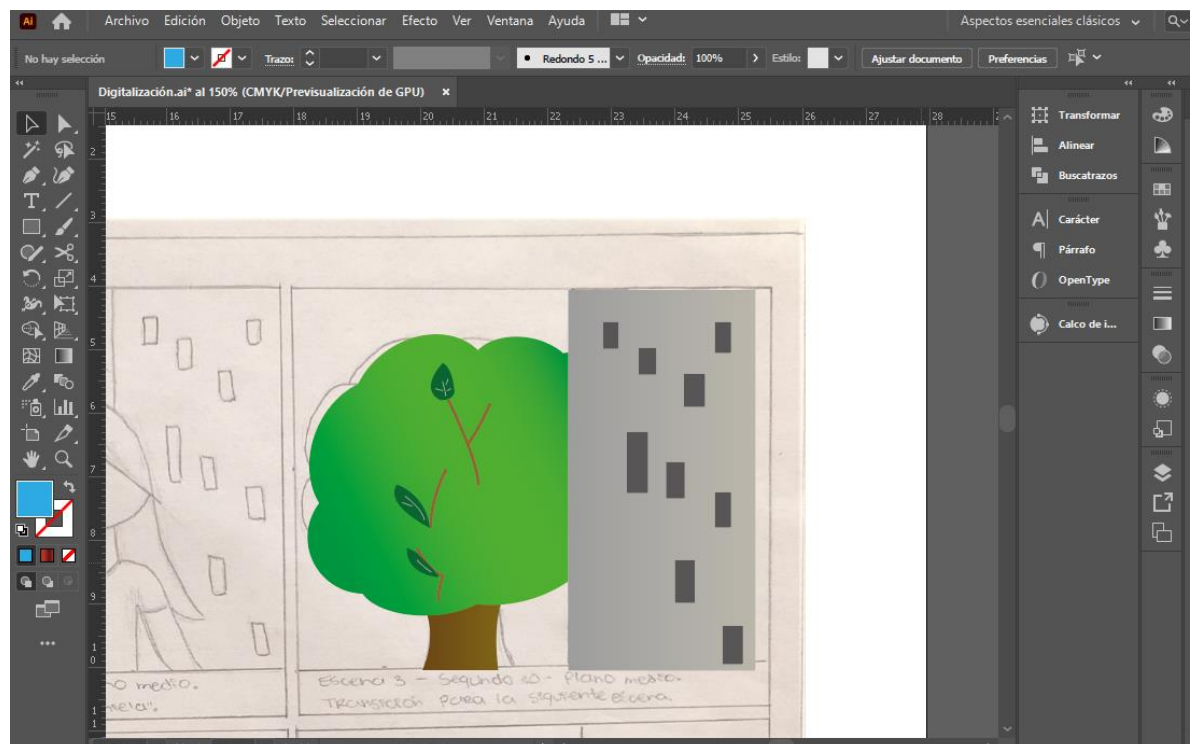


## Paso 4. Montaje de escena final.

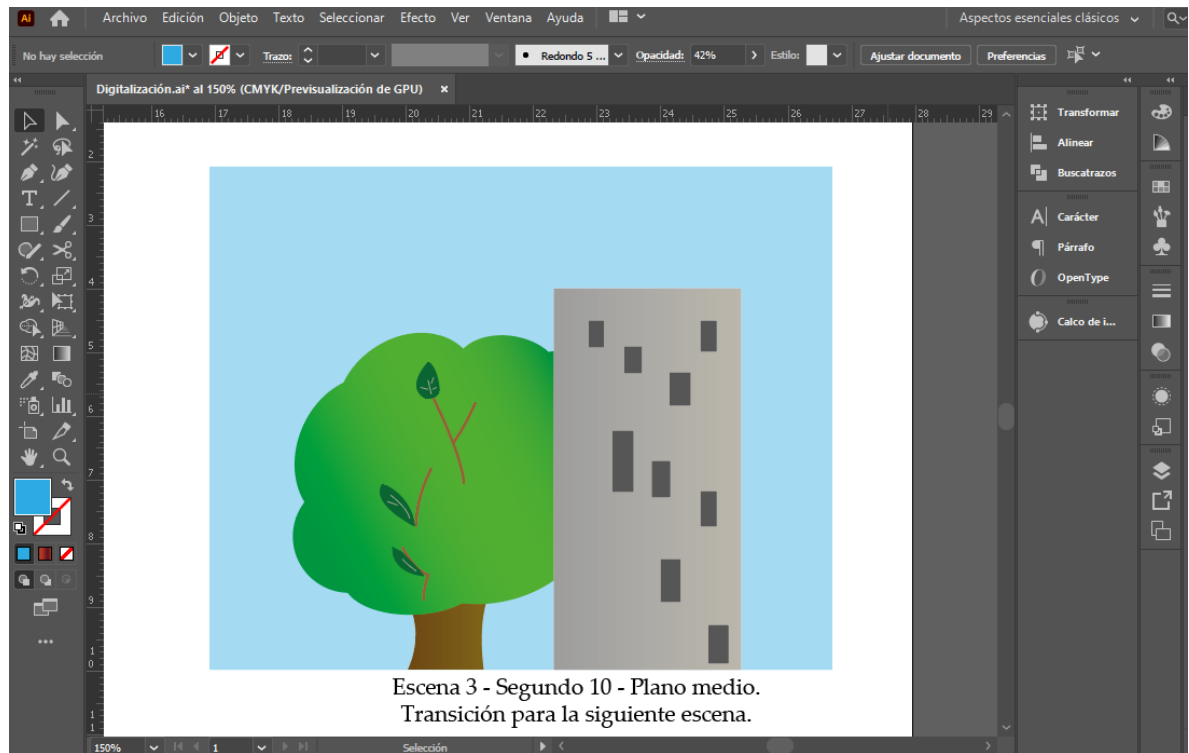


## Escena 3.

### Paso 1. Digitalización y montaje de árbol y edificio

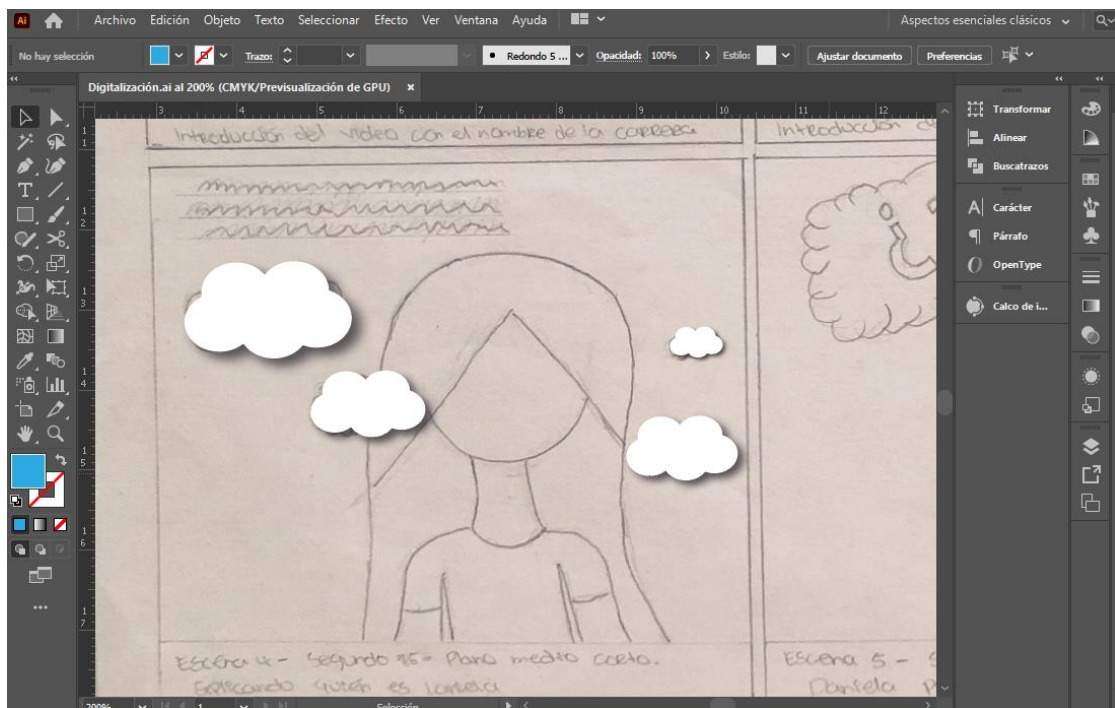


## Paso 2. Escena final digitalizada



## Escena 4.

### Paso 1. Digitalización de las nube



## Paso 2. Elección de tipografía

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril dele-

Segoe UI  
Symbol

## Digitalización final





Escena 7 - Segundo 30 - Plano general.  
Daniela encuentra la página de Galileo.



Escena 8 - Segundo 35 - Plano general.  
Daniela encuentra la página de la Facultad de Comunicación y Diseño



Escena 9 - Segundo 55 - Plano medio corto.  
Daniela encuentra el pensum de la carrera.



Escena 10 - Segundo 56- Plano general.  
Daniela encuentra información acerca del examen de ubicación



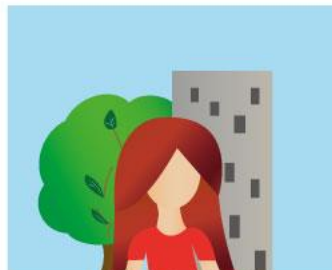
Escena 11 - Segundo 60 - Plano medio corto.  
Daniela lee la información para poder inscribirse.



Escena 12 - Minuto 1:05 - Plano medio corto.  
Daniela llama a su amiga para contarle que hará su examen de ubicación proximate en Universidad Galileo



Escena 13 - Minuto 1:10- Plano medio corto.  
Daniela realiza el examen.

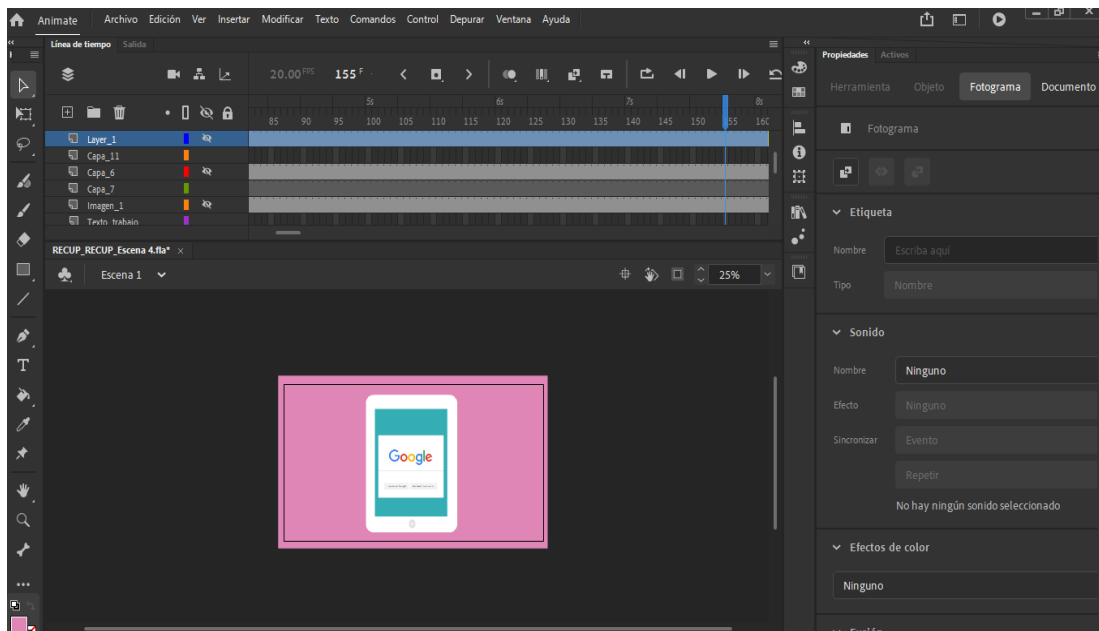
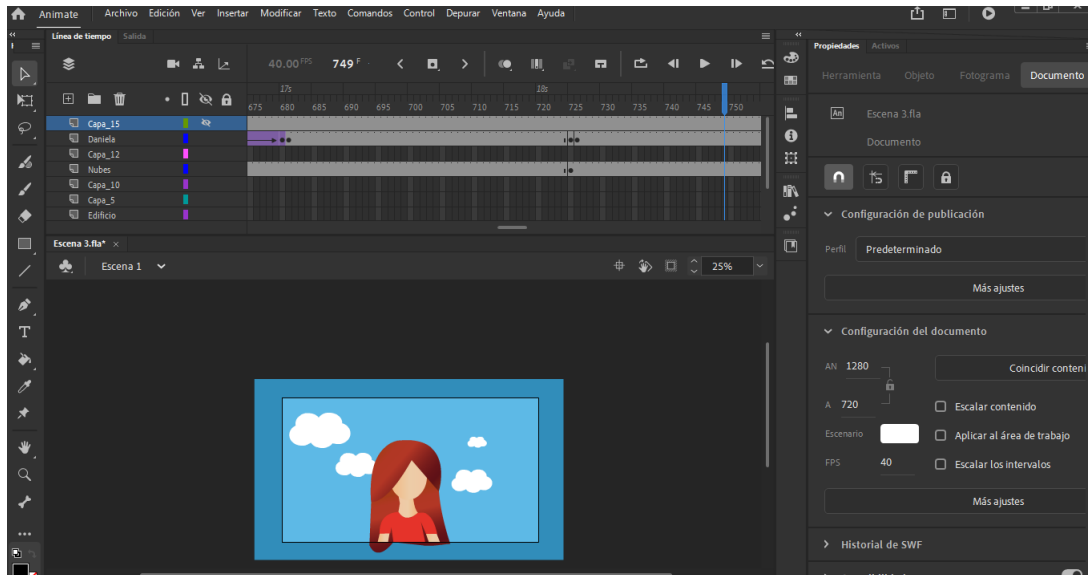


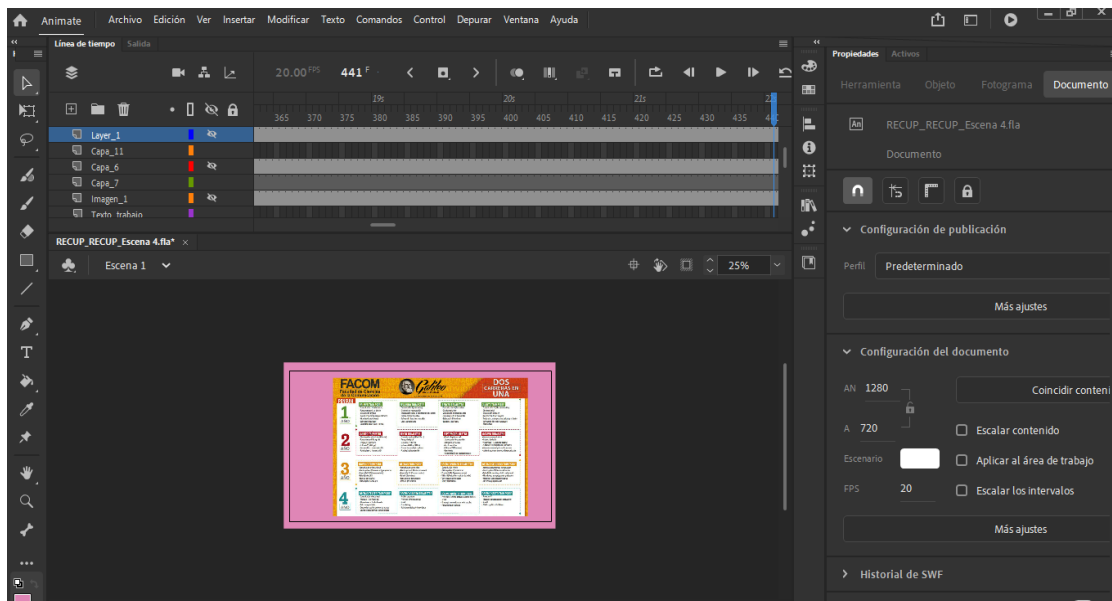
Escena 14 - Minuto 1:15- Plano medio corto.  
Daniela pasa su examen de admisión.



Escena 15 - Minuto 1:20- Plano general.  
Finalización del video con logo FACOM.

### 7.3.3. Proceso de animación.





## 7.4 Propuesta preliminar

**Formato de video:** H.264

**Tipo de video:** MP4

**Duración:** 1 minuto y 07 segundos

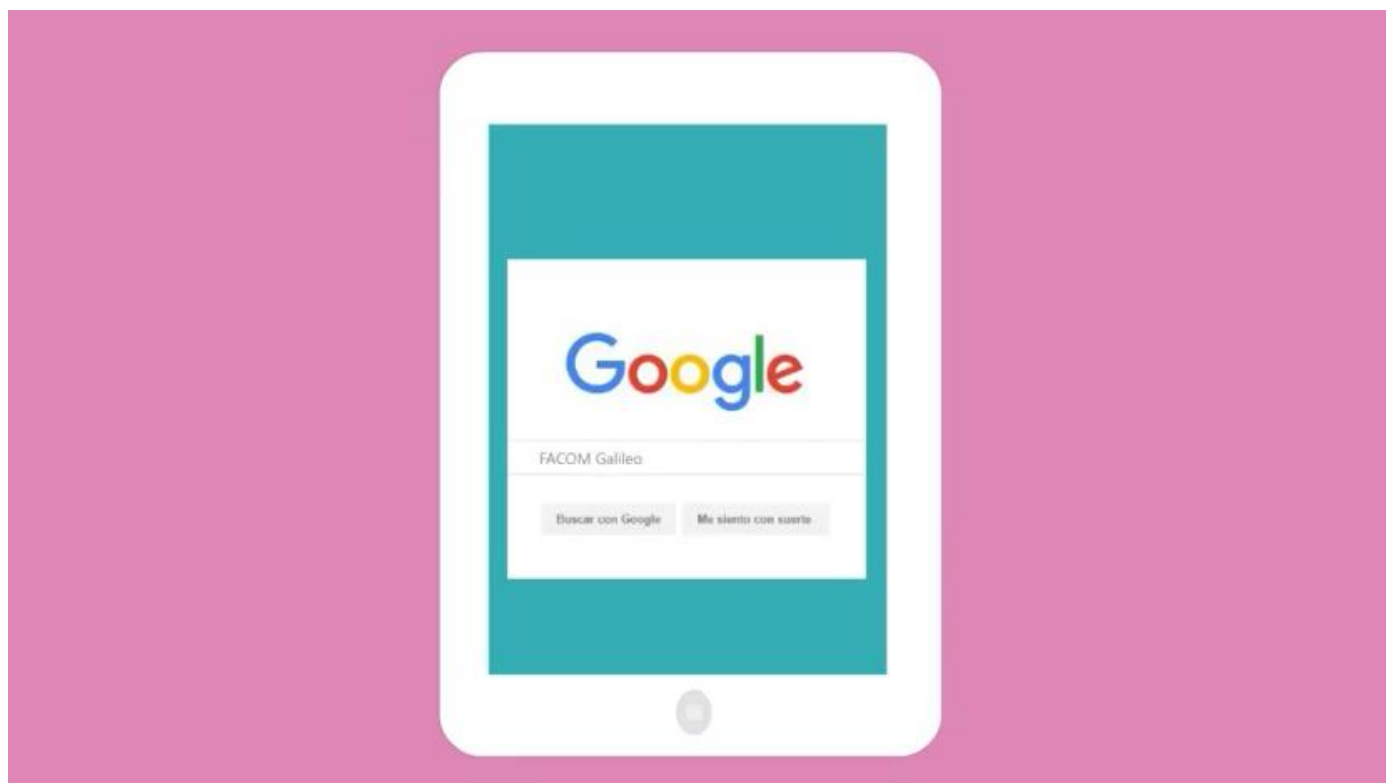
**Tipografía:** Stereofidelic-Regular

**Video completo:** <https://www.youtube.com/watch?v=nd6EoLc5l-k>











**FACOM** | Facultad de Ciencias  
de la Comunicación



Capítulo

VIII

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al finalizar la propuesta preliminar de: Producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo, y para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta para utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 26 número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y doce (11) expertos en el área de comunicación y diseño.

### **8.1 Población y muestreo**

La población de la validación técnica se encuentra dividida en tres grupos: Expertos, grupo objetivo (estudiantes egresados de nivel medio) y el cliente (encargado del departamento de Medialab). La encuesta se realizó a una muestra de 37 personas la cual se distribuye en:

**8.1.1** Cliente: Licenciado David Castillo (encargado del departamento de Medialab).

**8.1.2** Expertos: Profesionales en el área de comunicación, diseño y publicidad

- María Fernánda García Ramírez – Experta en comunicación y diseño
- Wendy Gutierrez - Experta en comunicación y diseño
- Carlos A. Jiménez – Experto en diseño gráfico
- Christian Rossell – Experto en estrategias para redes sociales
- Regina Sandoval - Experta en comunicación y diseño
- Joanna Figueroa - Experta en comunicación y diseño
- Ana Lucía Martínez – Experta en publicidad
- Rolando Barahona – Experto en diseño gráfico
- Raúl González – Experto en comunicación y diseño
- Lissette Pérez Aguirre – Experta en publicidad

**8.1.3** Grupo objetivo: Se encuestaron alrededor de 26 personas las cuales son hombres y mujeres recién graduados de nivel medio entre las edades de 17 y 20 años que estén interesados en profesionalizarse en la Licenciatura de Comunicación y Diseño.

## **8.2 Método e instrumentos**

El método utilizado en este proyecto es una encuesta, método cualitativo en que se observará la aprobación o desaprobación con respecto al video animado para dar a conocer la Licenciatura de comunicación y diseño, el cual será tomado en cuenta en base a porcentajes. El instrumento es una encuesta o cuestionario distribuido en tres partes:

- **Parte objetiva.** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del video animado, con preguntas dicotómicas: Sí o no.

- **Parte Semiológica.** Evalúa cada uno de los elementos empleados en el diseño. Se utiliza una escala de Likert que establezca un mínimo de tres variables: apropiado, poco apropiado, nada apropiado.
- **Parte Operativa.** Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. De igual forma, se consideran preguntas en la escala de Likert para denominar respuestas promedio, con variables distintas como: Funcional, poco funcional, nada funcional.

### 8.2.1 Modelo de le encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Nombre: \_\_\_\_\_

Expertos: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Cliente: \_\_\_\_\_

Grupo objetivo: \_\_\_\_\_

#### Antecedentes:

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene como objetivo formar profesionales en la comunicación y el diseño. Preparar a futuros comunicadores en lo que es la investigación, elaboración, producción y distribución de materiales gráficos, audiovisuales y digitales que incluyen los factores de movimiento, tiempo y espacio virtual, que rompen y mejoran los espacios tradicionalmente utilizados para la comunicación.

Lo cual se ha realizado una producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=nd6EoLc5l-k>

**Instrucciones:** Basándose en su criterio profesional, marque con una **X** las preguntas de la siguiente validación.

### Parte objetiva

1. ¿Considera importante diseñar un video animado para dar a conocer la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño?  
Si\_\_\_ No\_\_\_
2. ¿Considera que es importante recopilar información de la Licenciatura de Comunicación y Diseño para la realización del video animado?  
Si \_\_\_ No\_\_\_
3. ¿Considera importante investigar términos, tendencias, diseño y artes de fuentes bibliográficas para la realización del video animado sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño?  
Si\_\_\_ No\_\_\_
4. ¿Considera importante el bocetar propuestas preliminares para establecer la línea gráfica que se utilizará en el video animado?  
Si \_\_\_ No\_\_\_

### Parte Semiológica

5. ¿Cree que los colores aplicados en el video animado son?  
Apropiados\_\_\_ Poco Apropiados\_\_ Nada apropiados\_\_\_\_\_
6. ¿Considera que el fondo en cada escena es?  
Apropiado\_\_\_ Poco apropiado\_\_\_ Nada apropiado\_\_\_\_\_
7. ¿Considera que la duración del video es adecuada para abarcar la información de la carrera?

Mucho\_\_\_\_ Poco\_\_\_\_ Nada\_\_\_\_

### Parte operativa

8. ¿Considera que la tipografía en el video animado es entendible?

Funcional\_\_\_\_ Poco Funcional \_\_\_\_ Nada funcional\_\_\_\_

9. ¿Considera que el tiempo de cambio de escena es?

Funcional\_\_\_\_ Poco Funcional \_\_\_\_ Nada funcional\_\_\_\_

10. ¿Considera el tiempo de lectura en cada escena es?

Funcional\_\_\_\_ Poco Funcional\_\_\_\_ Nada funcional\_\_\_\_

Muchas gracias por su atención, si tiene comentarios adicionales puede dejarlos en el siguiente espacio:

---

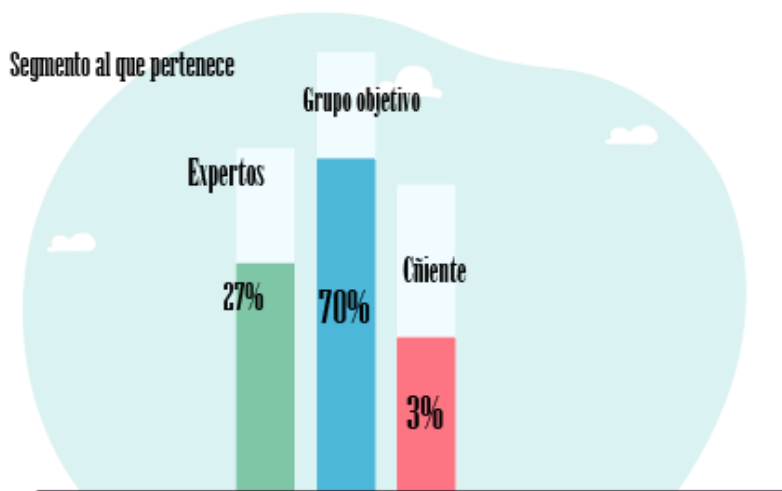
---

---

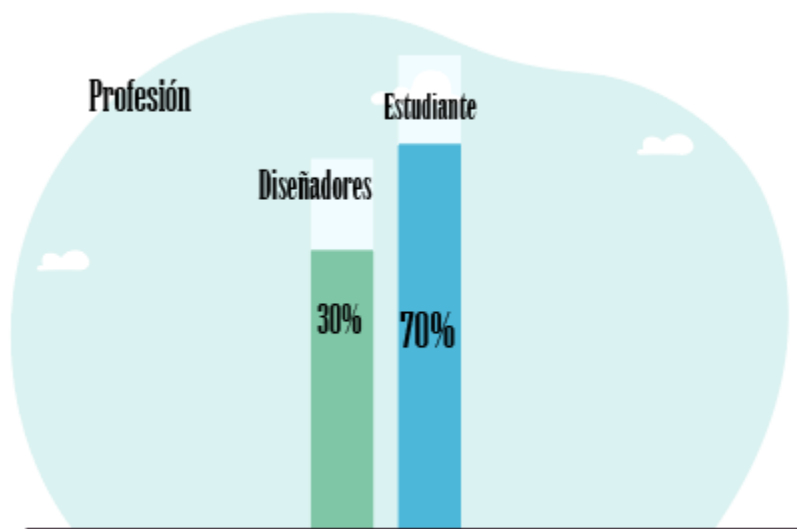
---



### 8.3. Resultados e interpretación

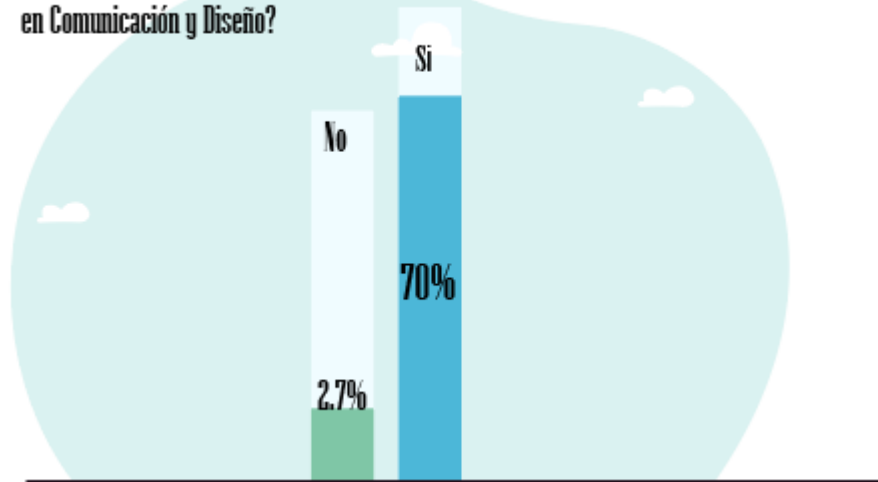


Interpretación: La gráfica anterior muestra que 26 personas fueron encuestadas como grupo objetivo, 1 persona fue el cliente y 10 profesionales/expertos en comunicación y diseño.



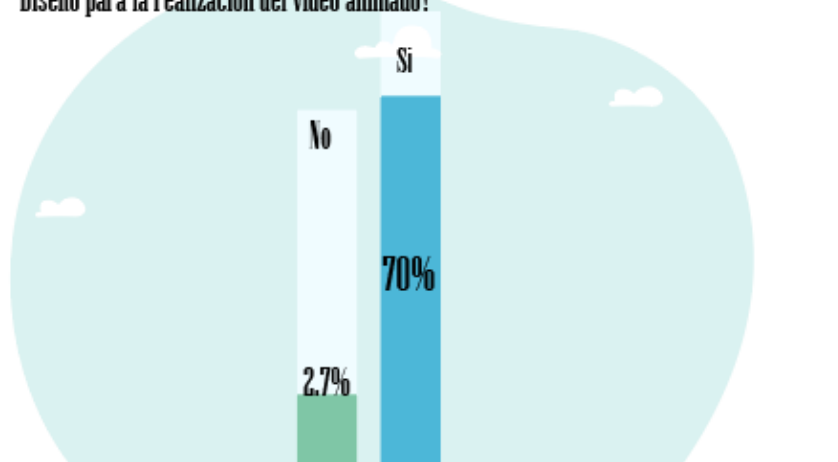
Interpretación: La gráfica anterior muestra que 11 personas encuestadas ejercen la profesión de diseñadores y el resto (26) son estudiantes recién egresados del nivel medio. De

1. ¿Considera importante diseñar un video animado para dar a conocer la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño?



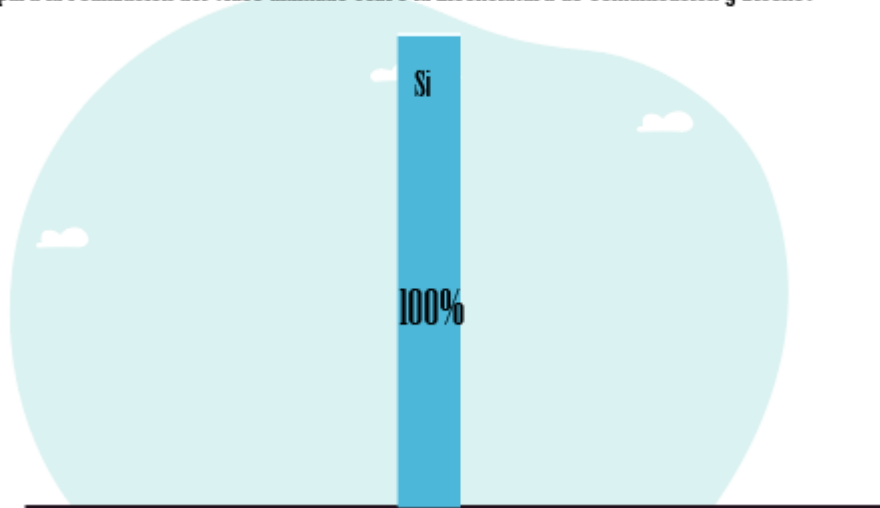
Interpretación: La gráfica muestra que el 97.3% de los encuestados considera importante diseñar un video animado para dar a conocer la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, mientras que el resto (2.7%) considera que no es importante

2. ¿Considera que es importante recopilar información de la Licenciatura de Comunicación y Diseño para la realización del video animado?



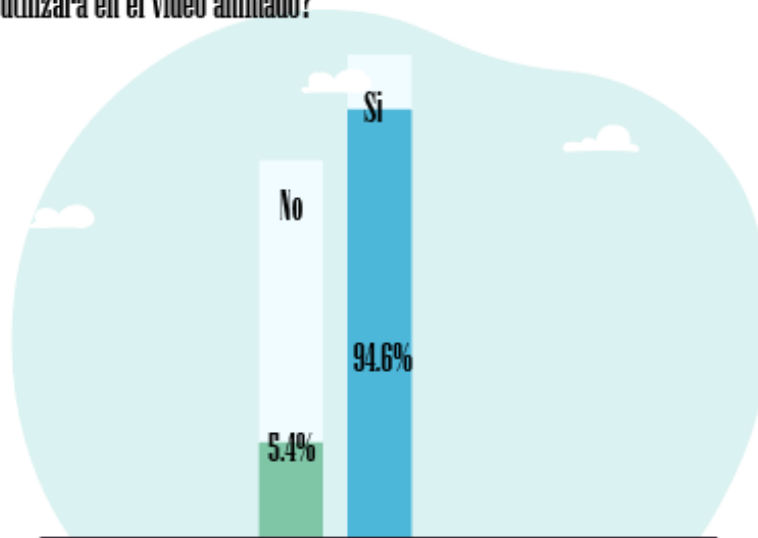
Interpretación: El 97.3% de los encuestados considera que es importante recopilar información de la Licenciatura y Diseño para la realización del video animado.

**3. ¿Considera importante investigar términos, tendencias, diseño y artes de fuentes bibliográficas para la realización del video animado sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño?**



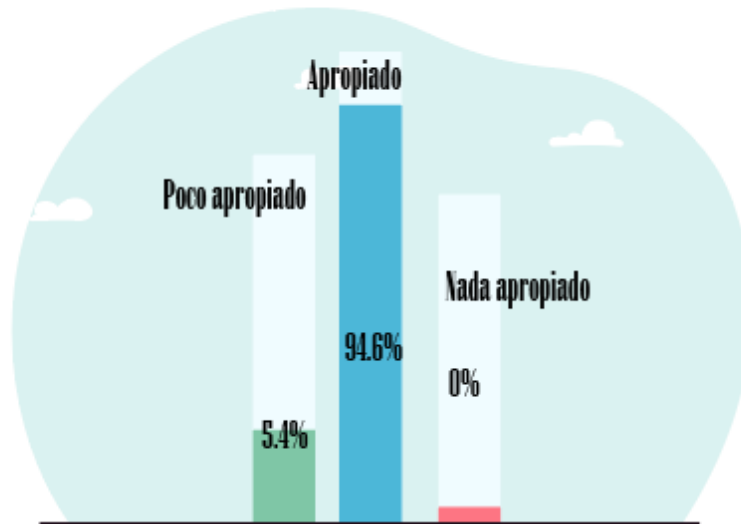
Interpretación: El 100% (37 personas) de los encuestados considera que es importante investigar términos, tendencias, diseño y artes de fuentes bibliográficas para la realización del video animado para dar a conocer la Licenciatura en Comunicación y Diseño.

**4. ¿Considera importante el bocetar propuestas preliminares para establecer la línea gráfica que se utilizará en el video animado?**



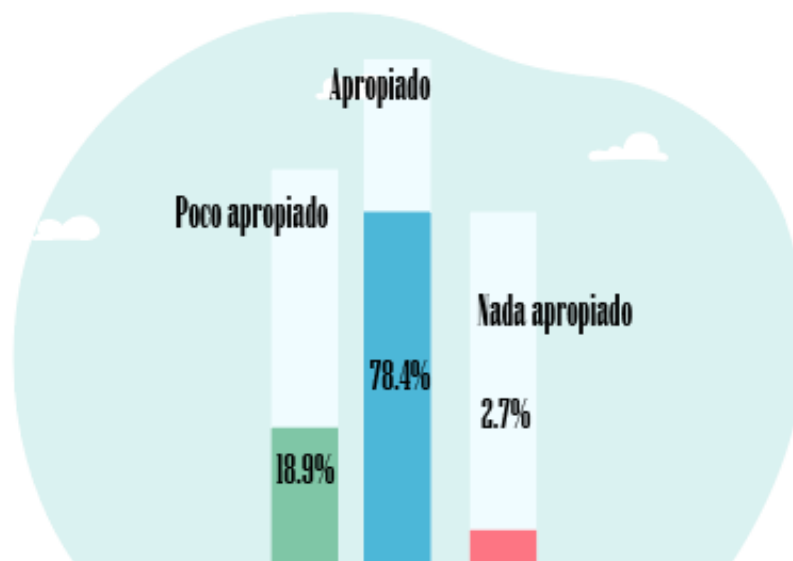
Interpretación: La gráfica anterior muestra que el 94.6% considera importante el bocetar propuestas preliminares para establecer la línea gráfica. Sin embargo, el 5.4% de los encuestados opina que no es importante.

### 5. ¿Cree que los colores aplicados en el video animado son?



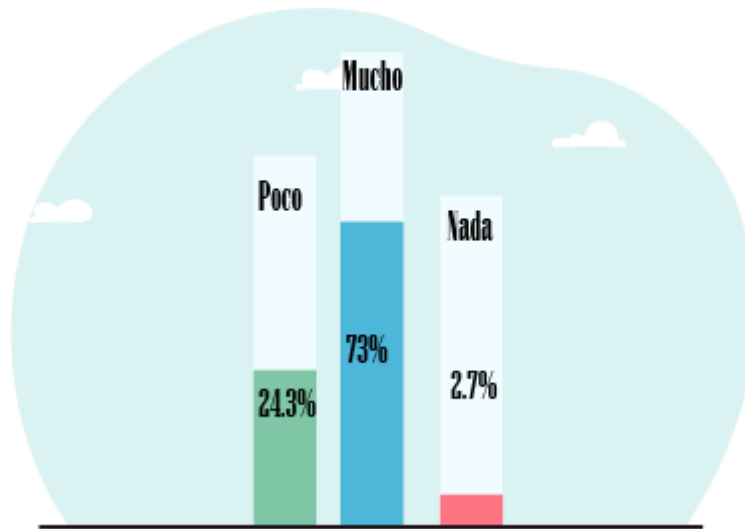
Interpretación: La gráfica de resultados muestra que la mayoría de los encuestados (94.6%) considera que los colores son apropiados, el 5.4% considera que los colores son poco apropiados.

### 6. ¿Considera que el fondo en cada escena es?



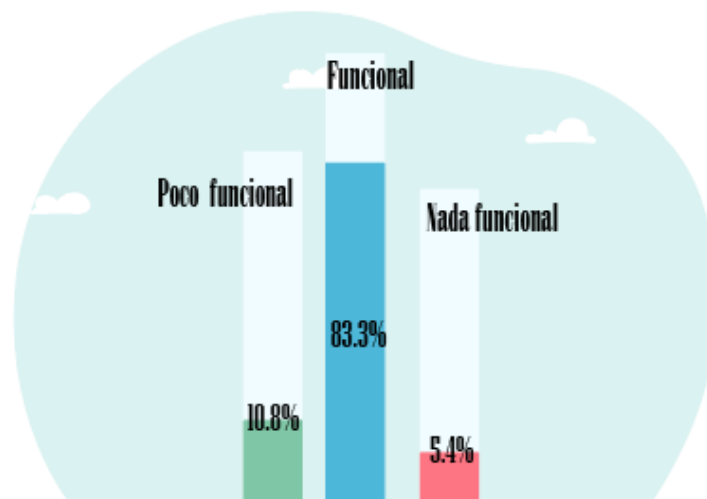
Interpretación: Los resultados de la gráfica muestran que el 78.4% considera que el fondo es apropiado, el 18.9% (7 personas) y 1 persona que hace el 2.7% considera que no es nada apropiado.

### 7. ¿Considera que la duración del video es adecuada para abarcar la información de la carrera?



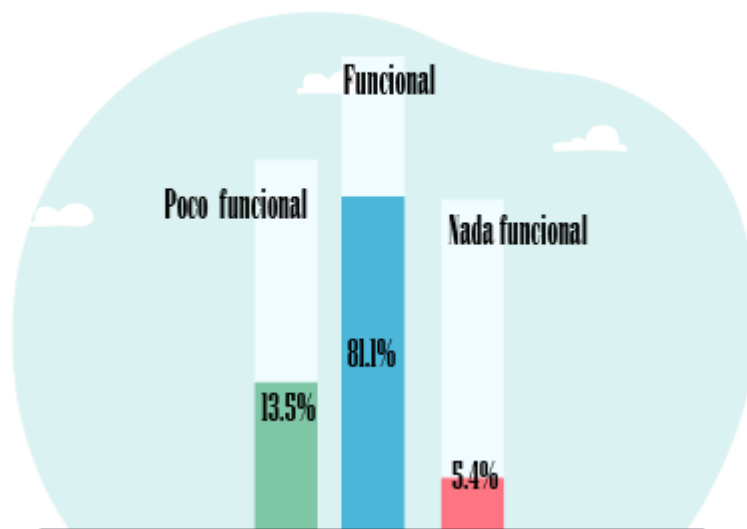
Interpretación: La gráfica anterior muestra el resultado de que la mayoría de los encuestados (73%) considera que la duración del video es adecuada para abarcar la información de la carrera, el 24.3% considera que es poco adecuada la información y el 2.7% es nada adecuada.

### 8. ¿Considera que la tipografía en el video animado es entendible?



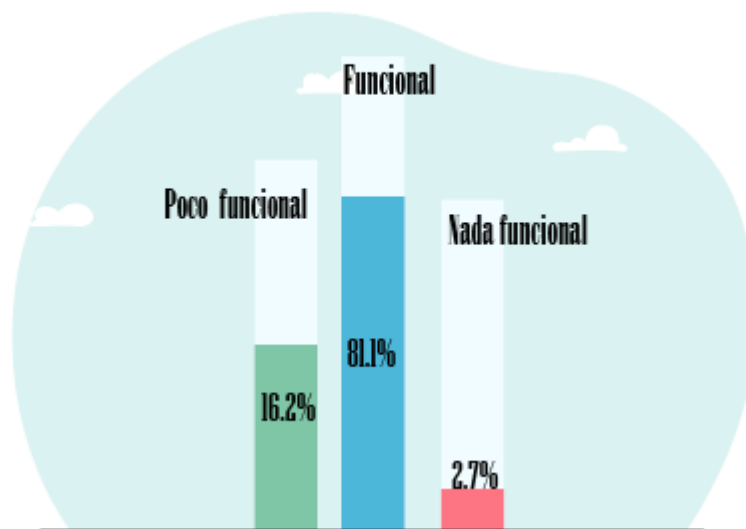
Interpretación: La gráfica anterior muestra que el 83.8% considera que la tipografía en el video es entendible. El 10.8% considera que es poco funcional y el resto (5.4%) considera que es nada entendible

### 9. ¿Considera que el tiempo de cambio de escena es?



Interpretación: La gráfica muestra que el 81.1% de los encuestados considera que el tiempo de cambio de escena es funcional, el 13.5% considera que el tiempo de cambio es poco funcional y el 5.4% considera que es nada funcional el tiempo de cambio.

### 10. ¿Considera que el tiempo de lectura en cada escena es?



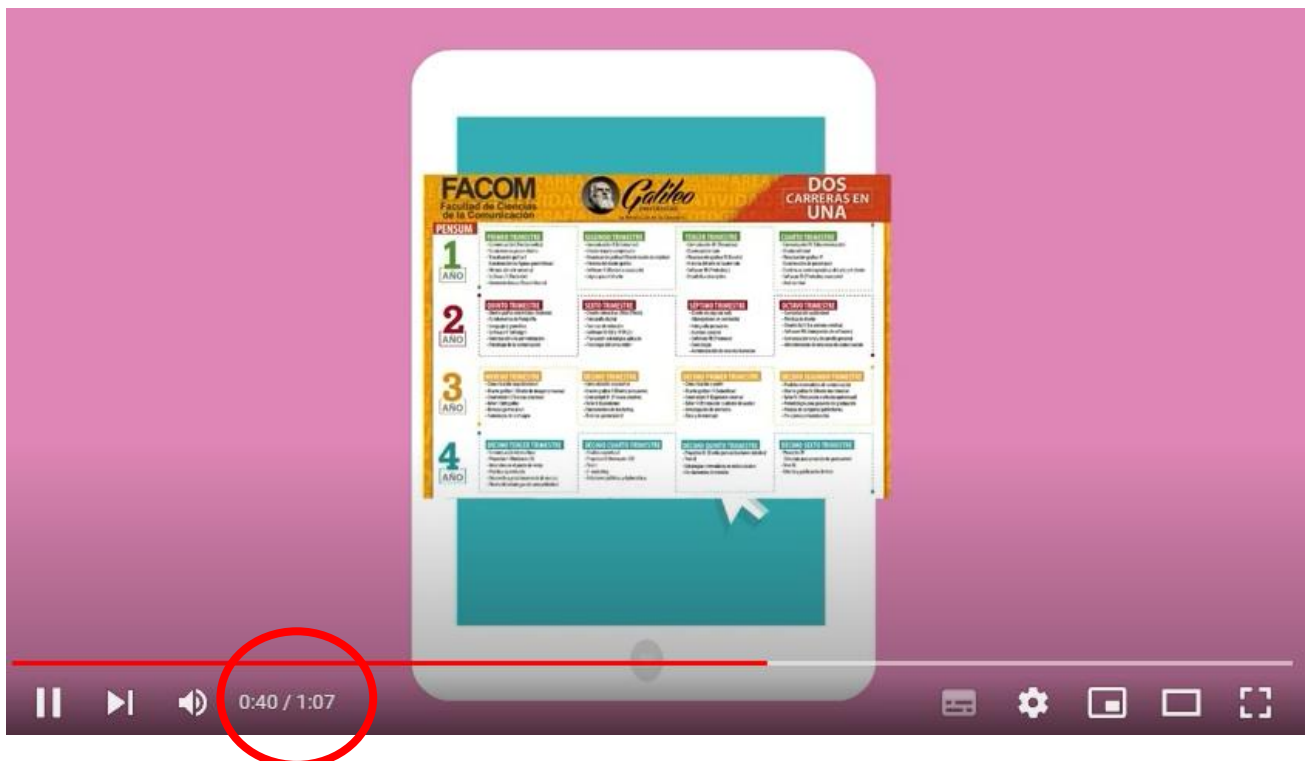
Interpretación: La gráfica anterior tiene como resultado que el 81.1% considera que el tiempo de lectura entre cada escena es funcional, el 16.2% considera que es poco funcional y el 2.7% considera que es nada funcional.

## 8.4 Cambios en base a los resultados

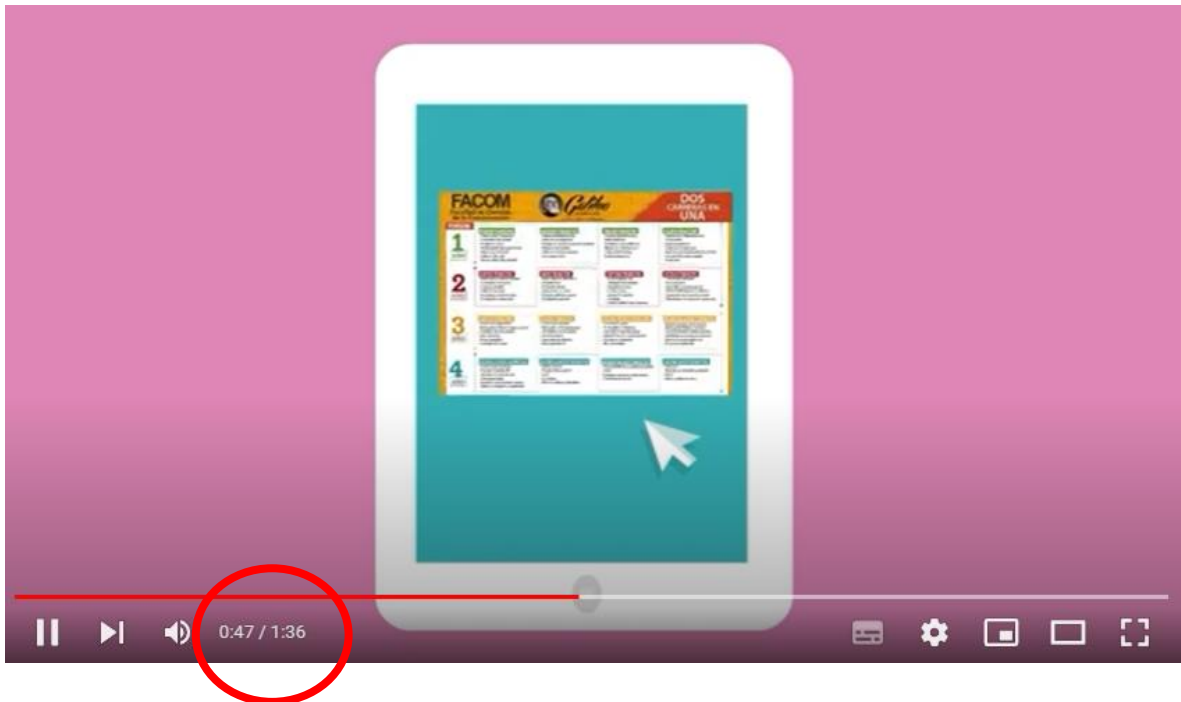
En base a los resultados obtenidos en la fase de la validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario el cambio de duración del video
- Se considera necesario el cambio de tipografía
- La mayoría de encuestados consideran que es necesario el cambio de tiempo entre cada escena y el tiempo de lectura

### Duración del video



Antes: 1 minuto 7 segundos



Después: 1 minuto 36 segundos



## Tipografía

Antes

La tipografía que se utilizó al principio del video fue Stereofidelic-Regular



Después

Sitka





Capítulo

IX

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

**Formato de video:** H.264

**Tipo de video:** MP4

**Duración:** 1 minuto y 36 segundos

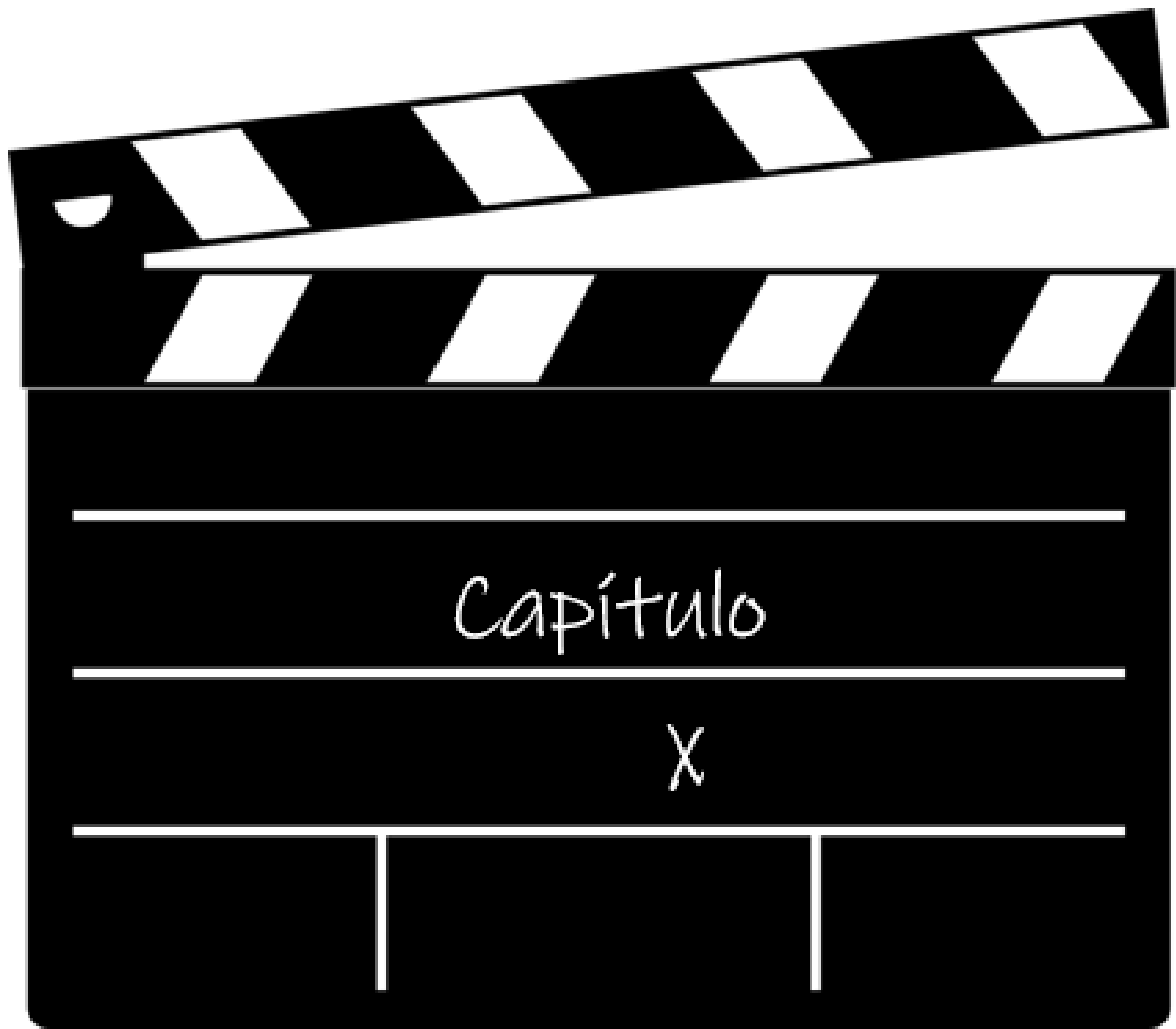
**Tipografía:** Sitka

Enlace de video completo actualizado: <https://youtu.be/b08lzzs-lk4>



**FACOM** | Facultad de Ciencias  
de la Comunicación





## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para la producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala es necesario especificar todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta.

### 10.1 Plan costos de elaboración.

Durante la elaboración del proyecto, se invirtieron 30 horas en total de lunes a viernes durante 3 semanas. El precio por hora es de Q25 basado en el salario de un diseñador gráfico.

Descripción	Horas empleadas	Valor horas	Subtotal
Investigación	30	Q25.00	Q750.00
Conceptualización	30	Q25.00	Q750.00
Proceso creativo	15	Q25.00	Q375.00
Bocetaje preliminar	30	Q25.00	Q750.00
Bocetaje formal	40	Q25.00	Q1,000.00
		Total	Q3,625.00

### 10.2 Plan costos de producción.

Durante la elaboración del proyecto, se invirtieron 72 horas en total de lunes a viernes durante 2 semanas, que incluye la digitalización de la propuesta preliminar hasta la propuesta final y creación de presentación para el cliente.

Descripción	Horas empleadas	Valor horas	Subtotal
Animación de propuesta preliminar	45	Q25.00	Q1,125.00
Animación propuesta final	45	Q25.00	Q1,125.00
Ilustración	20	Q25.00	Q500.00
Unión de escenas	15	Q25.00	Q375.00
		<b>Total</b>	<b>Q3,125.00</b>

### 10.3 Plan costos de reproducción.

Costos de reproducción	
Costo de video animado	Q 12.500.00

Ver Anexo 13: Cotizaciones

#### 10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será publicado en la plataforma de YouTube.

#### 10.5. Margen de utilidad

<b>Margen de utilidad</b>	
<b>Costos de elaboración</b>	3,625.00
<b>Costo de producción</b>	3,125.00
<b>Costo de reproducción</b>	12,500.00
<b>Subtotal de costos</b>	Q19,250.00
<b>Margen 20%</b>	Q3,850.00
<b>Margen 20% + total de costos</b>	Q23,100.00



### 10.6 Cuadro con resumen general de costos.

<b>Costo de elaboración</b>	<b>Q 3.625.00</b>
<b>Costo de producción</b>	3,125.00
<b>Costro de reproducción</b>	12,500.00
<b>Subtotal de costos</b>	Q19,250.00
<b>Margen 20%</b>	Q3,850.00
<b>Segundo Subtotal</b>	Q29,100.00
<b>IVA</b>	Q2,772.00
<b>Gran total</b>	Q31,872.00



## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### 11.1 Conclusiones:

- Se realizó una producción de video animado para dar a conocer la Licenciatura de Comunicación y Diseño a jóvenes recién egresados de nivel medio entre edades de 17 y 20 años.
- Se investigó a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web sobre la producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala.
- A través de un acercamiento con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación de producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes recién egresados de nivel medio, por medio de la plataforma YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala.
- Se animaron los elementos gráficos que se utilizaron en el material audiovisual, basándose en las tendencias investigadas para adaptarlos a la línea gráfica.

## 11.2 Recomendaciones:

- Se sugiere la reproducción correcta del video animado a través de la plataforma de YouTube para tener un impacto mayor que en redes sociales y así llegar a más personas del grupo objetivo.
- Se recomienda seguir con una línea interactiva de videos animados para atraer la atención del grupo objetivo fácilmente.
- Se recomienda tener reuniones periódicas con el cliente para seguir reproduciendo videos animados sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño.
- Actualizar el video periódicamente con información reciente y relevante que se haya dado en la Licenciatura de Comunicación y Diseño.



## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1. Demostración de conocimientos



Infografía creada por Melany Gabriela Griffiths Girón



Capítulo

XIII

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias

*americaeconomia.com*. (2022). Obtenido de *americaeconomia.com*:

<https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/el-rol-de-la-psicologia-en-la-comunicacion>

*arteneo.com*. (8 de abril de 2015). Obtenido de *arteneo.com*:

<https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>

*bambooaudiovisual.com*. (2022). Obtenido de *bambooaudiovisual.com*:

<https://www.bambooaudiovisual.com/que-es-comunicacion-audiovisual/>

Childress, A. (2022). *photography.tutsplus.com*. Obtenido de *photography.tutsplus.com*:

<https://photography.tutsplus.com/es/tutorials/15-modern-and-minimalist-after-effects-templates-for-your-inspiration--cms-32993>

Coelho, F. (19 de noviembre de 2018). *www.significados.com*. Obtenido de

*www.significados.com*: <https://www.significados.com/linguistica/>

Cortés, C. B. (03 de junio de 2013). *psicologosencostarica.com*. Obtenido de

*psicologosencostarica.com*: <https://www.psicologosencostarica.com/medios-audiovisuales/>

*definicion.xyz*. (2022). Obtenido de *definicion.xyz*: [https://definicion.xyz/psicologia-de-la-](https://definicion.xyz/psicologia-de-la-comunicacion/)

[comunicacion/](https://definicion.xyz/psicologia-de-la-comunicacion/)



Delgado, I. (20 de enero de 2021). *significados.com*. Obtenido de *significados.com*:

<https://www.significados.com/comunicacion/>

*diariodealcala.es*. (2022). Obtenido de *diariodealcala.es*:

<https://www.diariodealcala.es/2019/02/27/produccion-audiovisual-concepto-y-caracteristicas/>

*dical.es*. (2022). Obtenido de *dical.es*: <https://dical.es/blog/disenio/en-que-consiste-la-teoria-del-color>

*dosisvideomarketing.com*. (2022). Obtenido de *dosisvideomarketing.com*:

<https://www.dosisvideomarketing.com/tipos-video/videos-animados/>

*emiliano21.wordpress.com*. (2022). Obtenido de *emiliano21.wordpress.com*:

<https://emiliano21.wordpress.com/2013/04/16/psicologia-comunicativa-y-la-comunicacion-audiovisual/>

Espinel, R. (2022). *produccionaudiovisual.com*. Obtenido de *produccionaudiovisual.com*:

<https://produccionaudiovisual.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

Etecé, E. (5 de agosto de 2021). Obtenido de <https://concepto.de/dibujo/>

Etecé, E. (5 de agosto de 2021). *concepto.de*. Obtenido de *concepto.de*:

<https://concepto.de/disenio/>

Etecé, E. (02 de 02 de 2022). *concepto.de*. Obtenido de *concepto.de*:

<https://concepto.de/musica/>

Etecé, E. (13 de junio de 2022). *concepto.de*. Obtenido de *concepto.de*:

<https://concepto.de/teoria-del-color/>

*euroinnova.gt.* (2022). Obtenido de euroinnova.gt: <https://www.euroinnova.gt/blog/que-es-la-produccion-audiovisual>

García, N. (2022). *nagoregarciasanz.com*. Obtenido de nagoregarciasanz.com: <https://nagoregarciasanz.com/tipos-de-comunicacion-caracteristicas/?reload=381192>

García-Allen, J. (21 de mayo de 2016). *psicologiaymente.com*. Obtenido de psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Huerta, J. L. (24 de noviembre de 2014). *www.forbes.com.mx*. Obtenido de www.forbes.com.mx: <https://www.forbes.com.mx/semiotica-de-la-imagen-depende-del-ojo-con-que-se-mire/>

*huribroadcast.com*. (2022). Obtenido de huribroadcast.com: <https://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

*igniteonline.la*. (2022). Obtenido de igniteonline.la: <https://igniteonline.la/4814/#:~:text=A%20su%20vez%2C%20existen%20diferentes,la%20motivaci%C3%B3n%20de%20los%20alumnos.>

*inil.ucr.ac.cr*. (2022). Obtenido de inil.ucr.ac.cr: <https://inil.ucr.ac.cr/linguistica/que-es-la-linguistica/>

Instituto Nacional de Estadística. (2022). *ine.gob.gt*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.gob.gt/ine/wp-content/uploads/2020/08/01-Presentacion-de-Resultados-Nacionales.pdf>

*ipp.edu.pe*. (21 de enero de 2021). Obtenido de *ipp.edu.pe*:

<https://www.ipp.edu.pe/blog/semiotica-visual/>

Llasera, J. P. (02 de febrero de 2021). *imborrable.com*. Obtenido de *imborrable.com*:

<https://imborrable.com/blog/teoria-de-la-gestalt/>

*mediactiu.com*. (2022). Obtenido de *mediactiu.com*: <https://mediactiu.com/10-tendencias-de-diseno-grafico-en-2022/>

Morales, A. (21 de enero de 2021). *significados.com*. Obtenido de *significados.com*:

<https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n%20inicia,responden%20e%20intercambiar%20su%20opini%C3%B3n>

Nates, Ó. C. (15 de marzo de 2013). *oscarenfotos.com*. Obtenido de *oscarenfotos.com*:

[https://oscarenfotos.com/2013/03/15/fotografia\\_y\\_semiotica\\_una\\_introduccio/](https://oscarenfotos.com/2013/03/15/fotografia_y_semiotica_una_introduccio/)

Peiró, R. (10 de enero de 2021). Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/psicologia-del-color.html>

Peiró, R. (08 de abril de 2021). *economipedia.com*. Obtenido de *economipedia.com*:

<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

Pérez, A. (17 de enero de 2022). *esdesignbarcelona.com*. Obtenido de

[esdesignbarcelona.com](https://esdesignbarcelona.com).

*pixel-creativo.blogspot.com*. (2022). Obtenido de *pixel-creativo.blogspot.com*:

<https://pixel-creativo.blogspot.com/2012/09/que-es-animacion.html>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/guion/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2012). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:

<https://definicion.de/guion/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2009). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:

<https://definicion.de/imagen/>

*prodisacomunicacion.com*. (2022). Obtenido de prodisacomunicacion.com:

[https://prodisacomunicacion.com/es/noticias/produccion\\_audiovisual\\_que\\_es\\_y\\_qu  
e\\_fases\\_tiene/](https://prodisacomunicacion.com/es/noticias/produccion_audiovisual_que_es_y_qu<br/>e_fases_tiene/)

Rossana, A. (28 de julio de 2021). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de

[conceptodefinicion.de: https://conceptodefinicion.de/estudiante/](https://conceptodefinicion.de/estudiante/)

Rossana, A. (8 de agosto de 2021). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de

[conceptodefinicion.de: https://conceptodefinicion.de/tipografia/](https://conceptodefinicion.de/tipografia/)

Sefchovich, A. (29 de Marzo de 2020). *videoperfecto.com*. Obtenido de videoperfecto.com:

[https://videoperfecto.com/blog/que\\_es\\_un\\_video\\_animado](https://videoperfecto.com/blog/que_es_un_video_animado)

*significados.com*. (2022). Obtenido de significados.com:

<https://www.significados.com/youtube/#:~:text=YouTube%20es%20un%20siti>

*significados.com*. (2022). Obtenido de significados.com:

<https://www.significados.com/disenio/>

*significados.com*. (2022). Obtenido de significados.com:

<https://www.significados.com/disenio-grafico/>

*significados.com*. (2022). Obtenido de significados.com:

<https://www.significados.com/multimedia/>

*significados.com.* (2022). Obtenido de *significados.com*:

<https://www.significados.com/gestalt/>

*todosobrecomunicacion.com.* (2022). Obtenido de *todosobrecomunicacion.com*:

<https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-en-psicologia/>

*unate.org.* (2022). Obtenido de *unate.org*: <https://unate.org/admision/que-es-un-estudiante-de-nivel-medio.html>

*www.wikiwand.com.* (2022). Obtenido de *www.wikiwand.com*:

<https://www.wikiwand.com/es/Animaci%C3%B3n>

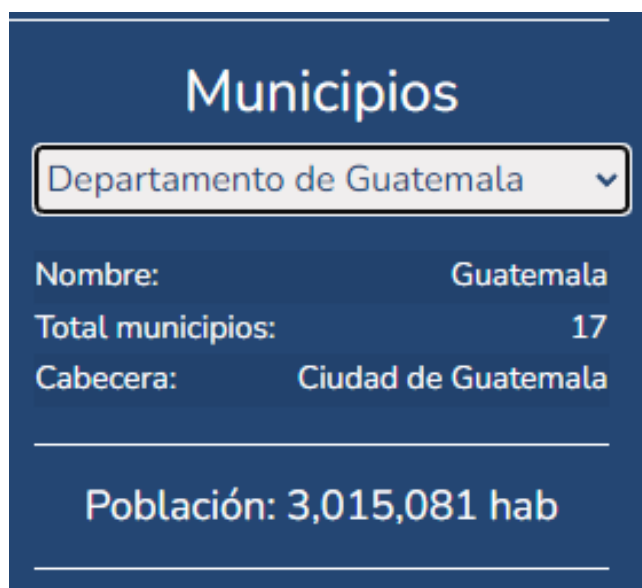


Capítulo

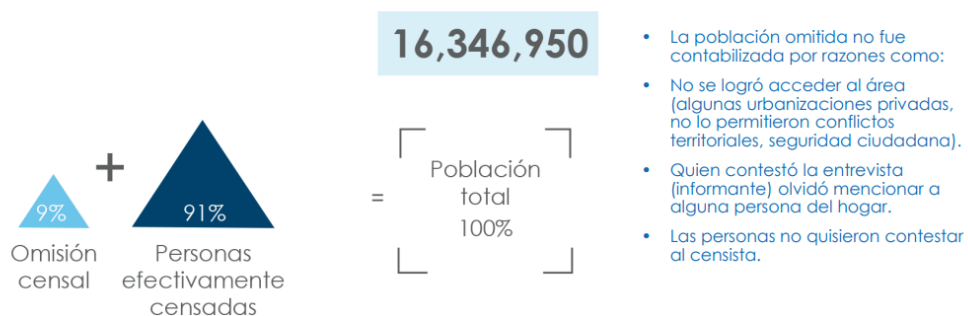
XIV

## Capítulo XIV: Anexos

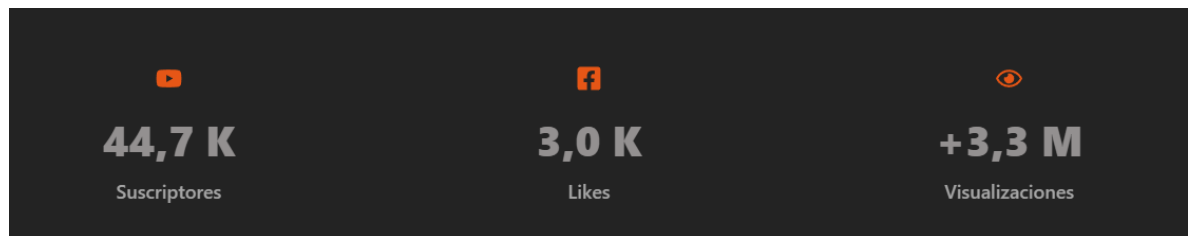
### Anexo I



### Población total 2018



Datos de suscripción basado en la página Medialab



Youtube Medialab

**Medialab Universidad Galileo**  
@MedialabUniversidadGalileo  
46.600 suscriptores

Suscribirse



## Anexo II

Brief del cliente

**Dirección:** Oficina 313, 3er. Nivel Torre I, Galileo Campus Central, zona 10, Universidad Galileo.

**Teléfono:** +502 2423-8000 Ext. 7242, 7243, 7245.

**Contacto:** Licenciado David Castillo.

**Celular:** 5632-8507.

### 4.1.2 Valores:

- Compromiso
- Libertad
- Perseverancia
- Profesionalismo

### 4.1.9. Logotipo Facultad de Ciencias de la Comunicación:

#### Color.

Negro (R 29, G 29, B 27).

#### Tipografía.

La tipografía utilizada en el nombre completo del lado derecho es “Arial Regular”.

#### Forma.

La Facultad de Comunicación y Diseño cuenta con un logo de letras con la abreviación del nombre de la facultad de lado izquierdo y al lado derecho el nombre completo de la facultad.



## Organigrama

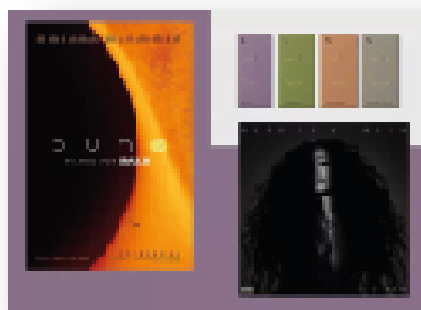
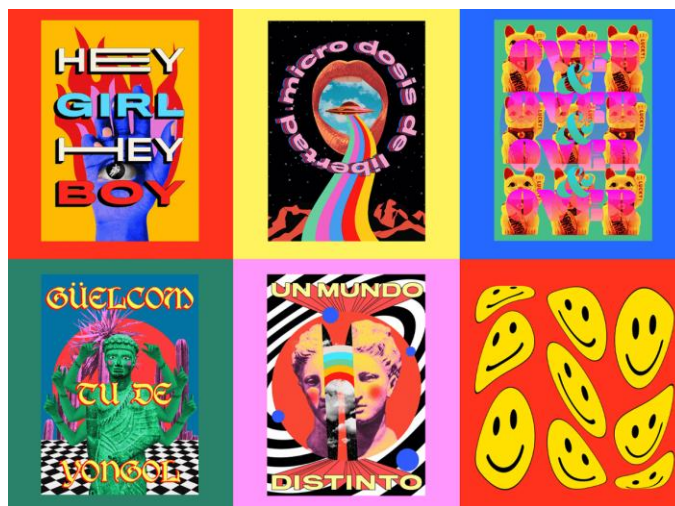


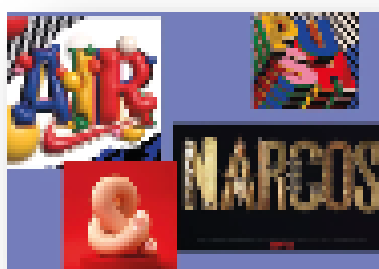
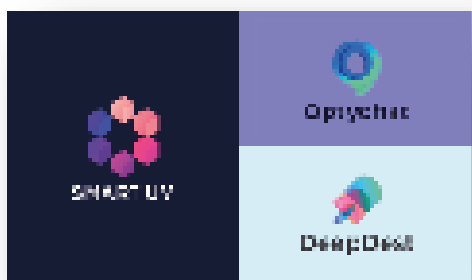
*Organigrama realizado por: Melany Gabriela Griffiths Girón*

## Anexo III

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Inti, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Inti, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Inti, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseciones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo IV





## Anexo V

### Proyecto de graduación, bocetos digitales.



**Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galileo.edu>  
para David

lun, 5 sept 2022, 16:30 ☆ ↶ ⋮

Buena tarde, licenciado. Soy Melany, la chica que está realizando su proyecto de graduación para Medialab sobre la Licenciatura en Comunicación y Diseño. Adjunto le envío los bocetos digitales del storyboard sobre el video animado, también le adjunto el storyline y el perfil demográfico del personaje que aparece en el video animado. Quedo atenta a sus comentarios sobre el storyboard para así empezar el proceso de animación.

Muchas gracias,

Melany Griffiths  
19003915

4 archivos adjuntos • Analizado por Gmail



### Proyecto de graduación Recibidos x



**Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galileo.edu>  
para David

8 sept 2022, 10:55 ☆ ↶ ⋮

Hola licenciado, buenos días. Soy Melany la chica que está trabajando su proyecto de graduación para Medialab. Tengo una consulta, me podría confirmar si recibí mi correo anterior con la propuesta de bocetaje para el proyecto? Muchas gracias, quedo atento a su respuesta.

Melany Griffiths  
19003915



**David Castillo** <dantonio@galileo.edu>  
para Laboratorio, Wendy, Shelly, mi

8 sept 2022, 13:08 ☆ ↶ ⋮

Hola Melany, en este correo no viene nada adjunto, puede re enviármelo

Gracias  
\*\*\*

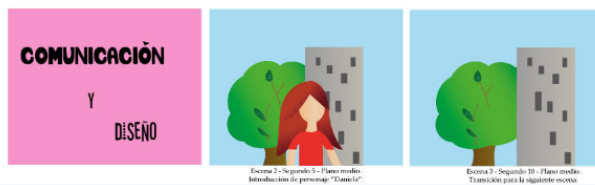


**Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galileo.edu>  
para David

8 sept 2022, 13:18 ☆ ↶ ⋮

Si, es que lo envié en correo diferente. Pero le adjunto los archivos en este correo. Adjunto le envío el storyboard digitalizado, perfil demográfico del personaje y el storyline.

Muchas gracias!





**David Castillo** <dantonio@galileo.edu>  
para Laboratorio, Wendy, Shirley, mí ▾

8 sept 2022, 13:42



Hola Melany me parece super genial el video que propones, una consulta, cual sería el propósito de tu video o el objetivo, cual es el tema de tu proyecto.

Yo te digo porque debemos justificar que es un requerimiento de Medialab, lo que entiendo del video es que quieres mostrar es como inscribirse a la carrera de comunicación y diseño y los pasos que una persona debería pasar, esto debe decírnoslo o la facultad o el departamento de Bienestar estudiantil quien es quien hace los exámenes de ubicación.

Por ejemplo, dentro de la Universidad hay un departamento que se llama informatica y ellos crearon una plataforma que se llama eventos, aquí esta la mayoría de eventos de la Universidad donde los alumnos pueden registrarse y participar un evento, entonces ellos tienen la necesidad de crear un material que sea audiovisual para que las personas entiendan que pasos deben seguir y se lo solicitaron a Medialab y esto fue lo que se le trabajo:

<https://youtu.be/hWj245iRsUw>

Entiendo que algo así quieres hacer tu, solo que tu tema sería que pasos seguir para inscribirme a la carrera de comunicación y diseño.

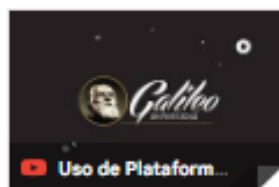
Para determinar si tu video es funcional debes solicitar esa información al departamento que te diga que pasos seguir y eso debes reflejarlo en tu video o pueda que me equivoque, por eso te consulto cual es el tema de tu proyecto y el objetivo del video.



El video que te mande son personas reales, entiendo que tu lo vas hacer animado.

Me cuentas con las consultas que te indico y así poder ya darte un visto bueno al video.

Saludos.

\*\*\*



- M** **Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galleo.edu>  
para David ▾ mié, 26 oct 2022, 9:28 ☆ ↶ ⋮
- Hola licenciado, buen día
- Le comento que ya he terminado el video animado para promocionar la Carrera de Comunicación y Diseño. Cambié/modifiqué algunas cosas en base a lo que platicamos la última vez con el boceto.
- ¿Me podría indicar si voy en buen camino o si hace falta algo o modificar u agregar más cosas? Se lo agradecería muchísimo. El link sería este [https://drive.google.com/file/d/1ZLy65CQ21J8AP9Hqv\\_G3nFF4cB66cF1BR/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ZLy65CQ21J8AP9Hqv_G3nFF4cB66cF1BR/view?usp=sharing).
- Melany Griffiths
- 
- Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ 🗑️
- 
- M** **Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galleo.edu>  
para David ▾ vie, 28 oct 2022, 10:40 ☆ ↶ ⋮
- Hola licenciado, buen día. Disculpe la molestia, quería confirmar si recibió el primer correo
- ...
- 
-  **David Castillo** <dantonio@galleo.edu>  
para mi ▾ vie, 28 oct 2022, 10:41 ☆ ↶ ⋮
- Hola Melany, no lo había visto, ya lo reviso.
- Saludos.
- ...
- 
- M** **Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galleo.edu>  
para David ▾ sáb, 29 oct 2022, 11:14 ☆ ↶ ⋮
- Hola licenciado, buen día. Disculpe la molestia, me podría confirmar si el video se pudo ver, muchas gracias de antemano.
- ...
- 
- M** **Melany Gabriela Griffiths Girón** <melany.griffiths@galleo.edu>  
para David ▾ lun, 31 oct 2022, 13:35 ☆ ↶ ⋮
- Hola licenciado, buena tarde. Solo confirmando si pudo ver el video
- ...





**David Castillo** <dcastorio@galileo.edu>

para mí

2 nov 2022, 12:59



Hola Melany que gusto de saludarte, ya vi tu video.

Algunas recomendaciones:

Tengo entendido que el video según lo que platicamos es que una persona de afuera que esta interesada en la carrera, este es tu tema:

"Producción de un video animado para dar a conocer a estudiantes egresados de nivel medio, por medio de la plataforma de YouTube, la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo, Guatemala, Guatemala.

En el principio del video lo veo bien, hasta en el segundo 27 donde no logro leer que dice la pagina y no se como ingresaste, yo ahí te recomendaría que se vea en la pantalla que se escribe [www.galileo.edu](http://www.galileo.edu), recordemos que estas contando una historia a terceros de como pueden buscar información de la licenciatura de la Universidad Galileo y debemos decirles como, en tu video aparece la pagina, no me dice como ingreso, no como encuentro a FACOM y si puedes hacer la pantalla mas grande ya que me gusta que lo metieran en la computadora pero se ve pequeña y si son jóvenes de colegios ya todo lo ven en su celular no en una computadora y ahí si ves el video casi no se lee, luego pasas al pensum y luego una pantalla que dice gracias por elegir a Universidad Galileo y luego muestras trabajos de los estudiantes.

Yo veo bien la idea, pero tal vez lo que te hace falta es estructurarla para que tenga sentido y este sentido es para una persona que no conozca la Universidad y menos FACOM.

Por ejemplo el guion debe tener un principio, mensaje y final con el gancho a que se inscriban, al inicio me gusta donde pones a una persona que es creativo que le gusta el diseño y comunicación, eso esta bien porque así las personas que son así se sienten identificadas con el personaje, luego me gusta donde dices que de muchas universidades que ha visitado no le convienen y que al final encuentra la de Facom, ahí deberías animar por ejemplo la pagina de google donde busca licenciatura en comunicación y diseño y llega a la pagina de la U, o que escriba [www.galileo.edu](http://www.galileo.edu), luego como se va a FACOM y que diga revisa el pensum de la carrera, no que solo aparezca, recuerda que al usuario hay que llevarlo de la mano y cuando vez el pensum diga veo que lleva fotografía y ahí puedes poner los trabajos de los egresados, llevan taller de diseño por ejemplo y un texto que diga abajo algunos de los trabajos de los egresados y al final debe existir un gancho que le diga si te interesa no lo pienses mas inscribete.

Mira el orden del guion de esta Escuela de Cine, para que te des una idea, creo que el concepto lo tienes solo es de organizarlo:

<https://youtu.be/JTEzyouJk9Y>

Me cuentas.

\*\*\*



OK.

GRACIAS!

QUE TE PARECE?

← Responder

→ Reenviar

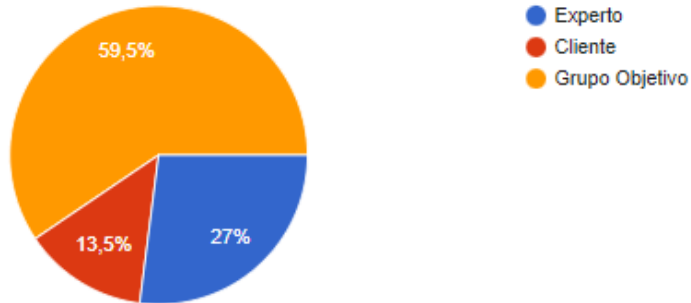


## Anexos VI

Seleccione a que grupo pertenece

 Copiar

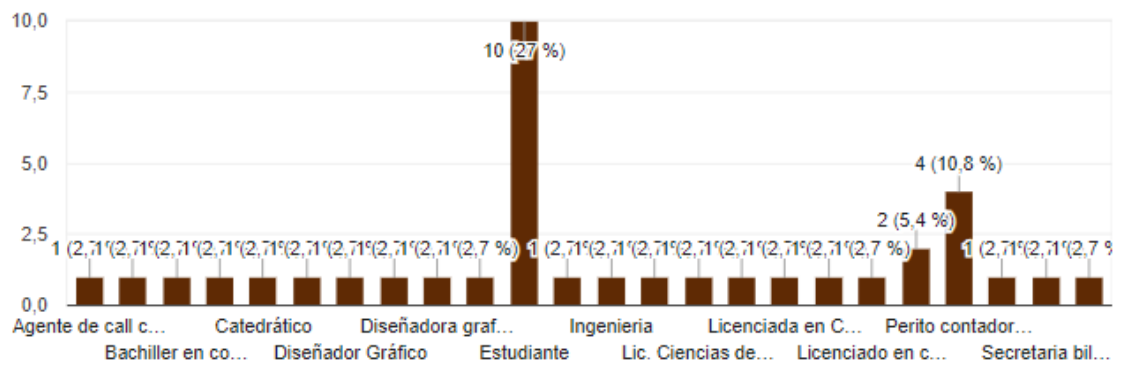
37 respuestas



Profesión

 Copiar

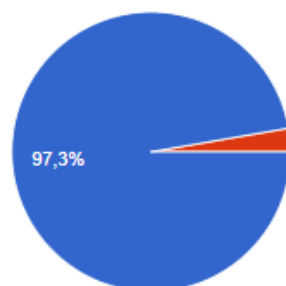
37 respuestas



1. ¿Considera importante diseñar un video animado para dar a conocer la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño?

 Copiar

37 respuestas



● Sí  
● No

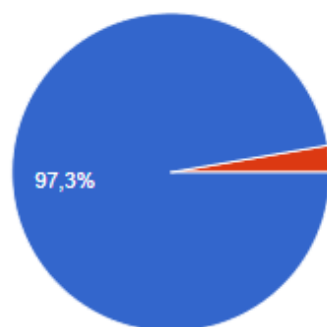
7%

...

2. ¿Considera que es importante recopilar información de la Licenciatura de Comunicación y Diseño para la realización del video animado?

 Copiar

37 respuestas

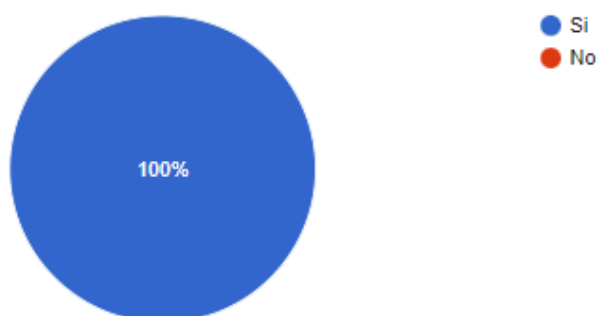


● Si  
● No



3. ¿Considera importante investigar términos, tendencias, diseño y artes de fuentes bibliográficas para la realización del video animado sobre la Licenciatura de Comunicación y Diseño?

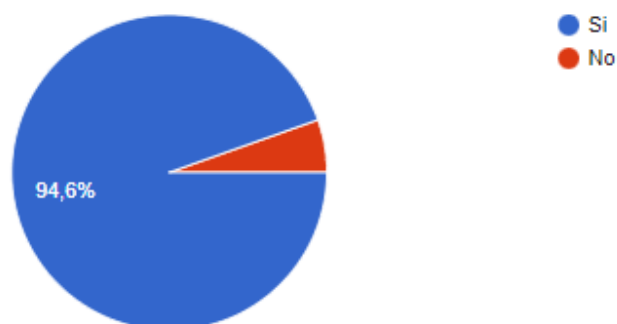
37 respuestas



4. ¿Considera importante el bocetar propuestas preliminares para establecer la línea gráfica que se utilizará en el video animado?



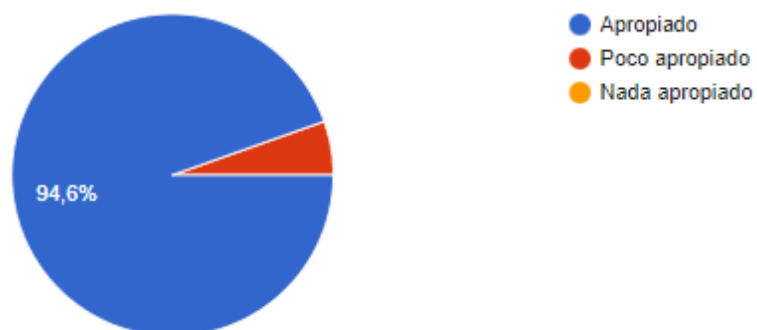
37 respuestas





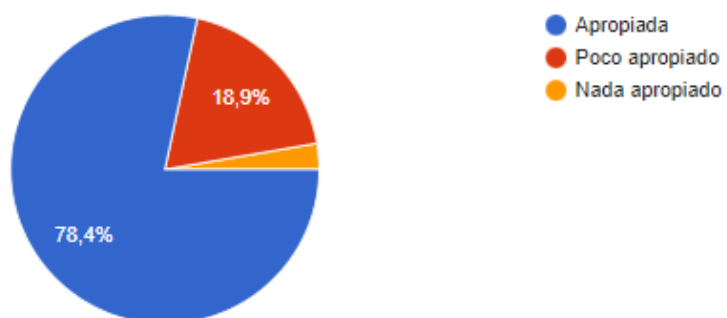
5. ¿Cree que los colores aplicados en el video animado son?

37 respuestas



6. ¿Considera que el fondo en cada escena es?

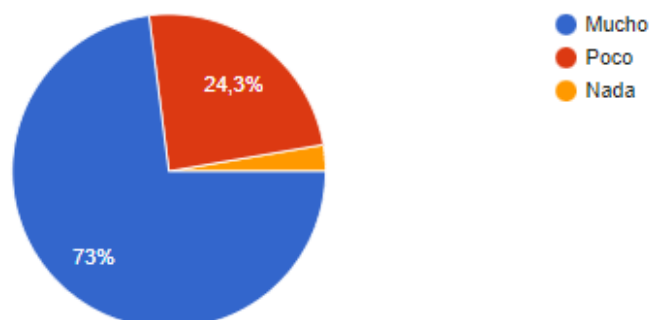
37 respuestas



7. ¿Considera que la duración del video es adecuada para abarcar la información de la carrera?

 Copiar

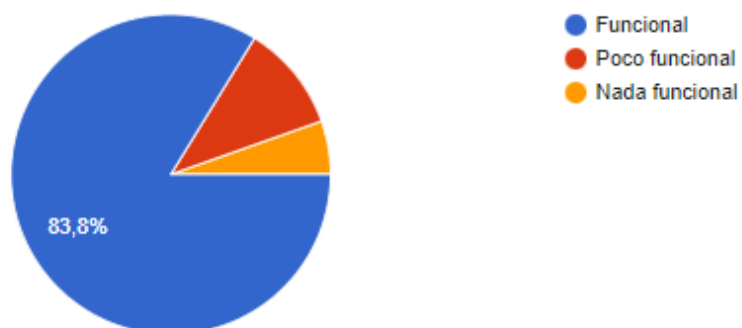
37 respuestas



8. ¿Considera que la tipografía en el video animado es entendible?

 Copiar

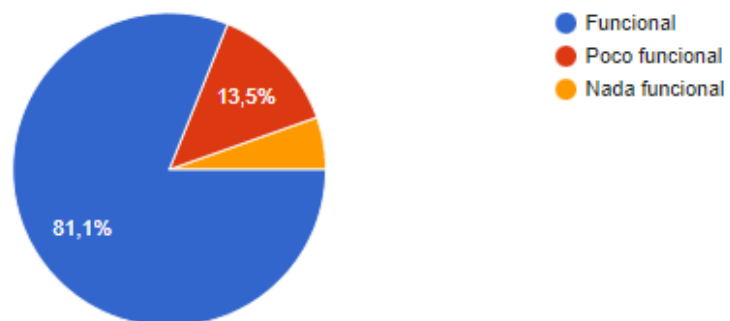
37 respuestas





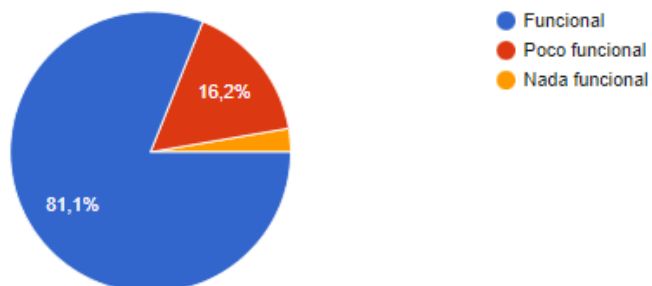
9. ¿Considera que el tiempo de cambio de escena es?

37 respuestas



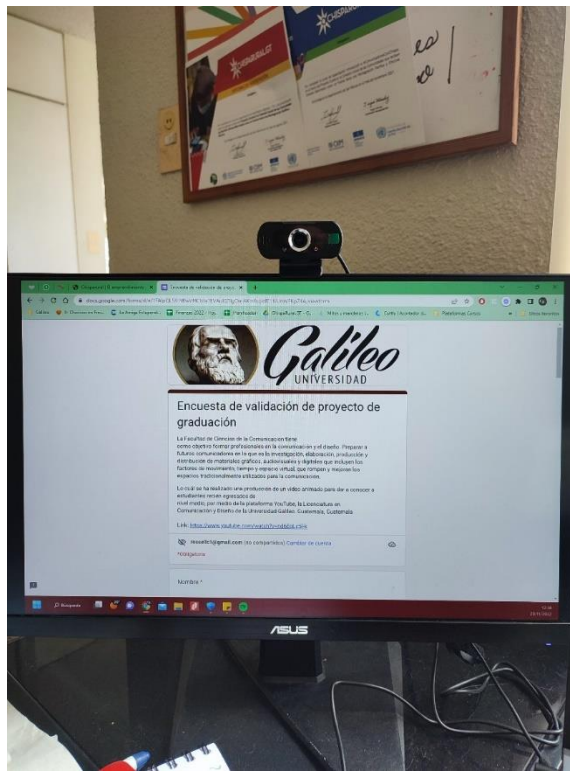
10. ¿Considera el tiempo de lectura en cada escena es?

37 respuestas

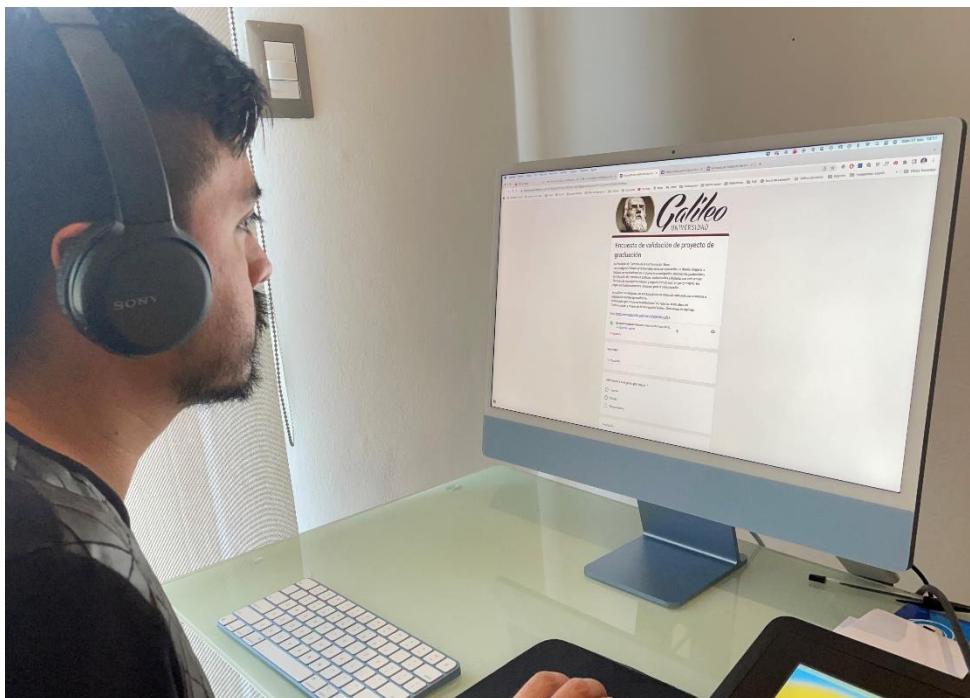




## Christian Rossell – Experto en estrategias para redes sociales



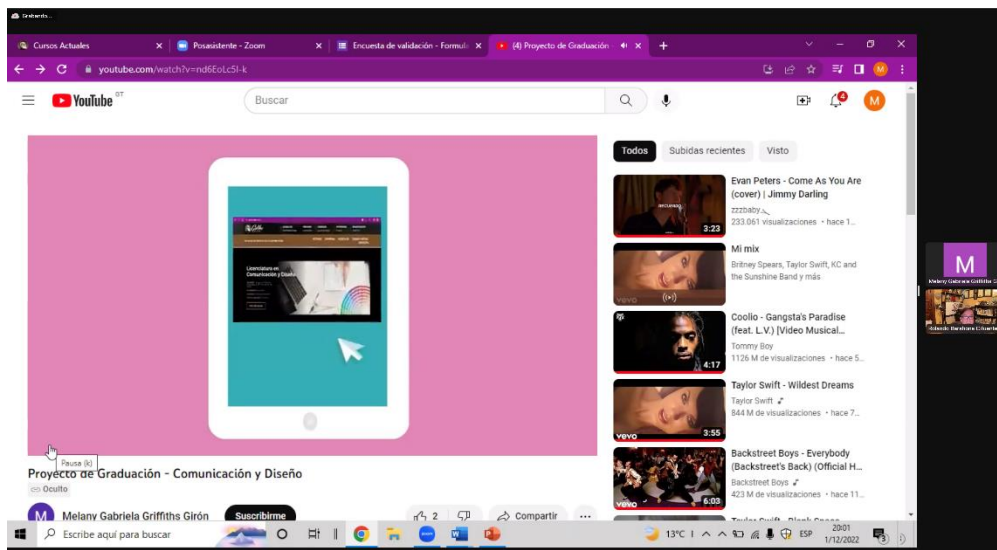
## Carlos A. Jiménez – Experto en diseño gráfico



Lisette Pérez Aguirre – Experta en publicidad

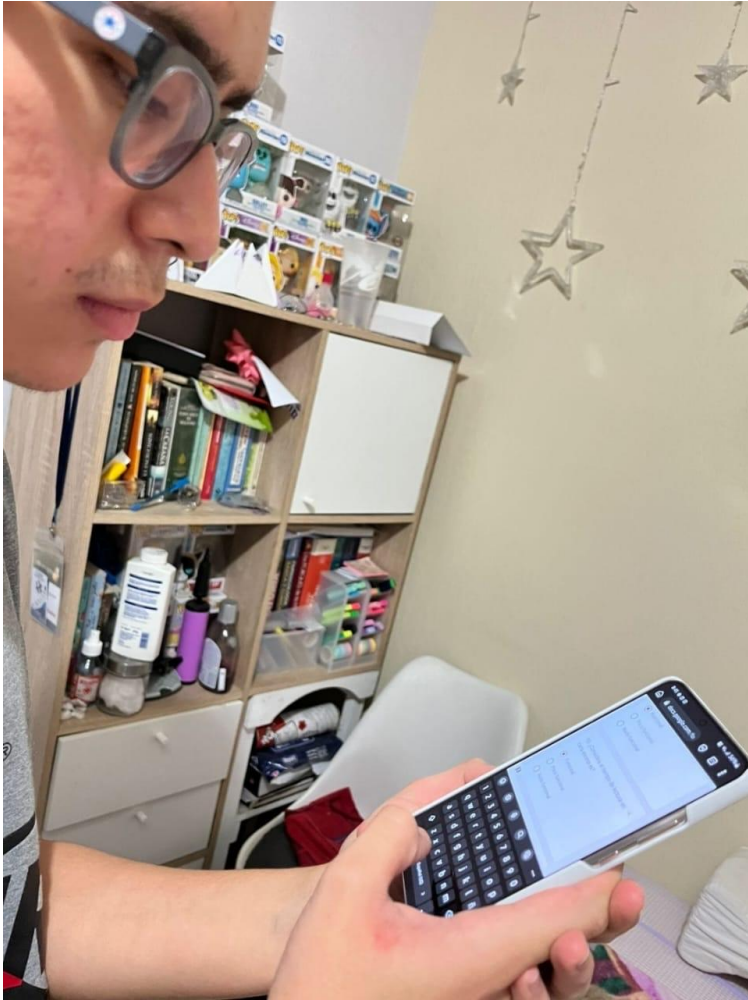


Rolando Barahona – Experto en diseño gráfico



Grupo objetivo





## Anexo VII



Guatemala 5 de diciembre 2022.

**MELANIE GRIFFITHS**  
UNIVERSIDAD GALILEO  
PRESENTE

Estimada Señorita Griffiths,  
Luego de un atento saludo y agradeciendo la oportunidad que nos brinda de cotizar su proyecto, presento nuestra propuesta para la producción de un video animado técnica 2D de 1:30 minutos de duración, para la licenciatuara de comunicación y diseño.






☎  
502-6610-6000  
[www.acousticcomunicacion.com](http://www.acousticcomunicacion.com)

 YouTube
 







**PROPUESTA ANIMADA 2D  
PARA VIDEO 1:30”:**

1. Animación 2D tipo TV LOOK
2. Generación de personajes 2D articulados con características emocionales y de habla.








3. Animación de props, elementos y escenarios








### GRABACIÓN DE NARRACIÓN Y MÚSICA

- La grabación de voz de narrador profesional la cual se llevará a cabo en uno de los estudios profesionales digitales de ACQUSTIC, S.A.
- Se sugiere el uso de música de stock con derechos de uso universal misma que está incluida en el costo de producción del video animado. "Clic" en imagen a continuación para conocer más:



### POST PRODUCCIÓN

- Se incluyen los servicios de edición en isla de producción profesional para video y animación 2D, color grading y conversión a multi formatos.

"Clic" en imágenes para conocer más:



### TIEMPO DE ENTREGA:

- A convenir.



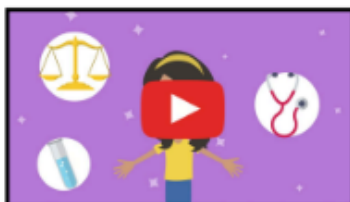
## MUESTRAS DE VIDEOS CON TÉCNICA ANIMADA 2D

- Acreditamos nuestra experiencia en los servicios de producción de videos animados 2D, presentando a continuación un breve muestrario de soluciones puestas en marcha:

CLIC EN IMÁGENES PARA VER LOS VIDEOS.  
"Se requiere conexión a INTERNET"



EL VIDEO VENDE



ABUSO INFANTIL - AEICD



COVID 19 - EDUCATIVO USAID





### FORMA DE PAGO:

50% al contratar el servicio y 50% contra entrega a satisfacción del material.



### ENTREGA DE MATERIALES:

El video producido será entregado a UNIVERSIDAD GALILEO con todos los derechos de uso y difusión perpetuos a su favor.

PRECIO X SERVICIO DE ELABORACIÓN DE UN VIDEO EDUCATIVO ANIMADO 2D CON DURACIÓN DE 1:30 MINUTOS

**Q.12,500.00**

Sin más por el momento y con el privilegio de servirle, me suscribo muy atentamente,

DANILO MORALES  
DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN II  
ACOUSTIC, S.A.  
DIRECTO: 4528-0702  
[danilo@acousticcomunicacion.com](mailto:danilo@acousticcomunicacion.com)



**COTIZACIÓN**

No. UG011222



<b>Cliente:</b>	Universidad Galileo	<b>Fecha:</b>	06 / 12 / 2022
<b>Producto:</b>	Video animado en 2D	<b>Duración:</b>	1:30 minutos máximo
<b>Versión:</b>	Carrera	<b>Atención:</b>	Licda. Melany Griffiths

**INCLUYE:**

- Producción de 1 video animado en 2D.
- Asesoría creativa para la elaboración del audiovisual.
- Ilustración de personajes y elementos gráficos, según referencias (a definir).
- Animación 2D de créditos y elementos gráficos.
- Incorporación de logotipos.
- Edición en sistema no lineal.
- Plata de stock de nuestras librerías controladas.
- Estudio de audio y locución profesional en español con duración máxima de 1:30 minutos, con derechos de uso institucional e internet, por un año, en Guatemala.
- Entrega de 1 video final, con duración máxima de 1:30 minutos.
- Entrega de video en formato digital.

**DERECHOS DE USO**

• Los derechos de uso de los audiovisuales son válidos en internet, por un año, en Guatemala, después de su lanzamiento a publicación. No se permite su uso en otros medios o países sin autorización, pues se incluye en pagos adicionales por derechos de uso por medio y por país.

**NO INCLUYE:**

• Finalización de guión ni diálogos. Traducción a otros idiomas ni subtitulos. Grabación de voces. Modelado 3D, animación 3D. Entrega de material en crudo o proyectos editables. Adaptaciones por a otros medios o a otra resolución de pantalla. Compra de videos, platos de audio ni fotografías de stock no incluidas en nuestras librerías. Costos adicionales ni royalties en Retorram.

**SE REQUIERE:**

Entrega de guión aprobado y logotipos. Aprobación de ilustración de personajes, previo a iniciar el proceso de animación.

**NOTA:**

Si la cantidad de videos disminuye o aumenta, deberá recalcarse. Se debe considerar un tiempo de 15 días hábiles para la entrega final del video animado, los cuales se utilizarán para la ilustración de fondos y de personajes.

**TOTAL SIN IVA Q. 8,600.00**

Lic. José H. Cano  
Colegiado activo No. 20865

Aprobado

(502) 5557475  
(502) 24455748  
www.siteprod.com.gt

1 de 2



**COTIZACIÓN**  
Nº. HYH011222



**CONDICIONES CONTRACTUALES**  
(aplica según el servicio prestado)

- a. Para iniciar el proyecto se requiere aprobar la cotización y credencial con 10 días de anticipación, necesarios para la coordinación de la producción, además de la entrega de la presente cotización firmada.
- b. Es necesario que el cliente cuente con una estrategia creativa o guion audiovisual que será revisado(a) por Siteprod Studios, con el fin de brindar la asesoría creativa para la correcta elaboración de los audiovisuales, fotografías, diseños u otros servicios cotizados.
- c. Los servicios de creatividad, conceptualización, redacción de guiones, storyboards, demos, animatics, videomatics, entre otros, tienen un costo adicional, no incluido en los costos de producción. Si se requiere de uno o más de estos u otros servicios, deberá cotizarse de manera adicional.
- d. Si se contrata los servicios creativos de Siteprod Studios, es necesario que el cliente apruebe la propuesta de guion, previo a iniciar el proceso de producción.
- e. Se restringen 3 cambios máximos a la primera versión entregada. Cambios adicionales tendrán costos extra.
- f. No incluye la entrega de material en crudo o proyectos editables. Por cada proyecto editable y entrega de rushes se cobrará el 30% del valor de cada video y se restringirán los derechos de uso por medio y país, adicionalmente que se deseen utilizar los subproductos audiovisuales realizados por el cliente, a partir de estos materiales.
- g. El tiempo máximo para la realización del proyecto no debe superar los tres (3) meses calendario, de lo contrario el proyecto se considerará finalizado y el cliente deberá cancelar la adeudada (en el caso de atrasos o inconvenientes ajenos a Siteprod Studios).
- h. Si se requiere de otro servicio no especificado en esta cotización o días extra de producción, edición, adaptaciones, narración, etc., se deberá cotizar.
- i. Siteprod Studios se compromete a entregar el o los productos finales, según los parámetros cotizados, en 10 días hábiles por cada video, postproducción o grabación o producción en vivo, considerando que el cliente aportará el material, elementos, información y permisos correspondientes para desarrollar el proyecto sin inconvenientes ni atrasos.
- j. Siteprod Studios no se hace responsable por las sanciones derivadas del uso no autorizado del material gráfico o audiovisual en plataformas y países distintos a los cotizados, o bien por su uso después del vencimiento del uso de vigencia negociado y acordado en esta cotización.
- k. En caso de aprobar la cotización y suspenderla una vez iniciado el proceso de producción, el cliente deberá hacer efectivo el pago por los trabajos realizados hasta la fecha y no se reembolsará el anticipo (si lo hubiera), debido a gastos administrativos, fiscales, de producción o contratación de servicios en los que se haya incurrido.
- l. La presente cotización tiene una validez de 30 días a partir de la fecha de emisión.
- m. Al aprobar el proyecto deberá entregarse el 50% del total de la producción y el 40% restante contra entrega del material final. Crédito a 30 días, no prorrogables, después de facturado.
- n. El cliente se compromete a aceptar la presente cotización con los términos y condiciones antes descritos.



\_\_\_\_\_  
Lic. José H. Cano  
Colegiado activo No. 20665

\_\_\_\_\_  
Aprobado

 (502) 55557475  
 (502) 24455746  
[www.siteprod.com.gt](http://www.siteprod.com.gt)

3 de 2