



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

Producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C.A.

#### **ELABORADO POR:**

Pablo Daniel Estrada Chanchavac

Carné: 21000690

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Proyecto de Graduación

Producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás

Pablo Daniel Estrada Chanchavac

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**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.

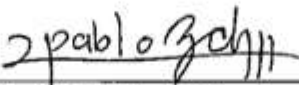
Guatemala, 13 de abril de 2024

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 MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO EN RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLAS**. Así mismo solicito que la Licda. Miriam Ortiz quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Pablo Daniel Estrada Chanchavac  
21000690

  
Lda. Miriam Ortiz  
Asesora



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señor:  
**Pablo Daniel Estrada Chanchavac**  
**Presente**

Estimado Señor Estrada:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO EN RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLAS.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Miriam Ortiz como asesor 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 de la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 12 de diciembre de 2024

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 MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO EN RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLAS**. Presentado por el estudiante: *Pablo Daniel Estrada Chanchavac*, con número de carné: 21000690, 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,

  
Licda. Miriam Ortiz  
Asesora



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 18 de febrero de 2025

Señor  
**Pablo Daniel Estrada Chanchavac**  
Presente

Estimado Señor Estrada:

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

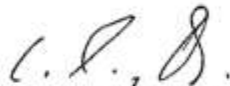
Ciudad de Guatemala, 05 de marzo de 2025.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO EN EL RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLÁS**, del estudiante Pablo Daniel Estrada Chanchavac, 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

Colegiado 9313



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Persección en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 14 de marzo de 2025

**Señor:**  
**Pablo Daniel Estrada Chanchavac**  
**Presente**

Estimado Señor Estrada:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO EN RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLAS**. Presentado por el estudiante: Pablo Daniel Estrada Chanchavac, 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**

A mi hermana galana y bizarra.

## **Resumen**

A través del acercamiento con el Consejo Comunitario de Desarrollo en el residencial Bosques de San Nicolás se identificó que los vecinos no cuentan con un material audiovisual que les dé a conocer la importancia del cuidado de su bosque interno.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 20 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que partiendo de la realización de este proyecto se puede rectificar la necesidad que existía, así como la factibilidad de producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

Se recomendó compartir el material audiovisual a través de los medios digitales oficiales del residencial, específicamente los respectivos grupos en redes sociales, para que los vecinos de Bosques de San Nicolás tengan a su disposición el video para su visualización y presentar el material en las diferentes asambleas, reuniones y eventos que la junta directiva convoque.

Para efectos legales únicamente el autor, PABLO DANIEL ESTRADA CHANCHAVAC, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

El autor también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de Comunicación y Diseño.

## Índice

### Capítulo I: Introducción

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| <b>Introducción .....</b> | <b>1</b> |
|---------------------------|----------|

### Capítulo II: Problemática .....

|          |
|----------|
| <b>2</b> |
|----------|

|                |   |
|----------------|---|
| Contexto ..... | 2 |
|----------------|---|

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Requerimiento de Comunicación..... | 3 |
|------------------------------------|---|

|                     |   |
|---------------------|---|
| Justificación ..... | 3 |
|---------------------|---|

|               |   |
|---------------|---|
| Magnitud..... | 3 |
|---------------|---|

|                      |   |
|----------------------|---|
| Vulnerabilidad ..... | 4 |
|----------------------|---|

|                     |   |
|---------------------|---|
| Trascendencia ..... | 4 |
|---------------------|---|

|                    |   |
|--------------------|---|
| Factibilidad ..... | 4 |
|--------------------|---|

### Capítulo III: Objetivos de Diseño.....

|          |
|----------|
| <b>6</b> |
|----------|

|                        |   |
|------------------------|---|
| Objetivo General ..... | 6 |
|------------------------|---|

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Objetivos Específicos..... | 6 |
|----------------------------|---|

### Capítulo IV: Marco de Referencia .....

|          |
|----------|
| <b>7</b> |
|----------|

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Información General del Cliente..... | 7 |
|--------------------------------------|---|

### Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo.....

|           |
|-----------|
| <b>10</b> |
|-----------|

|                        |    |
|------------------------|----|
| Perfil Geográfico..... | 10 |
|------------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Perfil Demográfico..... | 11 |
|-------------------------|----|

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Perfil Psicográfico .....                                                      | 13        |
| Perfil Conductual. ....                                                        | 13        |
| <b>Capítulo VI: Marco Teórico .....</b>                                        | <b>14</b> |
| Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.....           | 14        |
| Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....      | 16        |
| Conceptos Fundamentales Relacionados a la Comunicación.....                    | 16        |
| Conceptos Fundamentales Relacionados al Diseño .....                           | 17        |
| Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias .....                         | 18        |
| Ciencias Auxiliares.....                                                       | 18        |
| Artes.....                                                                     | 19        |
| Teorías .....                                                                  | 20        |
| Tendencias .....                                                               | 21        |
| <b>Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar .....</b>            | <b>23</b> |
| Aplicación y Razonamiento de la Información Obtenida en el Marco Teórico ..... | 23        |
| Conceptualización .....                                                        | 26        |
| Definición del Concepto.....                                                   | 27        |
| Guion Literario.....                                                           | 28        |
| Bocetaje Story Board .....                                                     | 33        |
| Bocetaje Story Board a color .....                                             | 37        |
| Digitalización del Bocetaje.....                                               | 41        |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| Propuesta Preliminar .....                                      | 44        |
| Propuesta Preliminar Audiovisual .....                          | 44        |
| Propuesta Preliminar Story Board .....                          | 45        |
| <b>Capítulo VIII: Validación de la Técnica.....</b>             | <b>52</b> |
| Población y Muestreo.....                                       | 52        |
| Método e Instrumentos.....                                      | 53        |
| Modelo de Encuesta.....                                         | 54        |
| Enlace de Google Forms de validación digital:.....              | 55        |
| Resultados e Interpretación de Resultados.....                  | 56        |
| Fase Objetiva .....                                             | 56        |
| Fase Semiológica.....                                           | 60        |
| Fase Operativa .....                                            | 64        |
| Cambios en Base a Resultados.....                               | 69        |
| <b>Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final.....</b>                | <b>80</b> |
| Propuesta Gráfica Final Audiovisual .....                       | 80        |
| Propuesta Gráfica Final Story Board .....                       | 82        |
| Propuesta Gráfica Final Story Board .....                       | 83        |
| <b>Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución.....</b> | <b>90</b> |
| Plan de Costos de Elaboración.....                              | 90        |
| Plan de Costos de Producción.....                               | 91        |

|                                                         |            |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Plan de Costos de Reproducción.....                     | 91         |
| Plan de Costos de Distribución .....                    | 91         |
| Margen de Utilidad .....                                | 92         |
| IVA.....                                                | 92         |
| Cuadro con Resumen General de Costos.....               | 93         |
| <b>Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones.....</b> | <b>94</b>  |
| Conclusiones .....                                      | 94         |
| Recomendaciones.....                                    | 95         |
| <b>Capítulo XII: Conocimientos Generales.....</b>       | <b>96</b>  |
| <b>Capítulo XIII: Referencias.....</b>                  | <b>97</b>  |
| Bibliografía .....                                      | 97         |
| E-grafía.....                                           | 98         |
| <b>Capítulo XIV: Anexos.....</b>                        | <b>104</b> |

## **Capítulo I: Introducción**

## **Introducción**

Existe una zona residencial ubicada en zona 4 de Mixco, Guatemala, área metropolitana cercana a la ciudad capital, específicamente desde la 32 avenida hasta la 19 avenida del bulevar San Nicolás.

Esta zona, que cubre gran parte del bulevar, ha adquirido el nombre “Residencial Bosques de San Nicolás”, y con el pasar de los años el crecimiento en población y de residentes impulsó la creación de un consejo comunitario de desarrollo para la organización, administración y disposición de los bienes y funciones de prestación de servicios en el residencial.

Bosques de San Nicolás se conoce por ser una zona llena ambientes naturales. Sin embargo, la llegada de muchas familias y la urbanización de esta zona y sus alrededores, causó la reducción de áreas verdes y ambientes naturales, quedando como único punto para la conservación ambiental un bosque urbano interno dentro del residencial.

La principal amenaza es al bosque, en Bosques de San Nicolás. Muchos vecinos aun sabiendo lo valioso que es este refugio de la naturaleza, no conocen ni practican el cuidado de esta zona.

Ante la historia y trayectoria del residencial y la problemática planteada se ha decidido producir un material audiovisual, para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial.

Al determinar los objetivos del proyecto se dispuso necesario recopilar mediante un brief toda la información importante de Bosques de San Nicolás, investigar conceptos, términos teorías y tendencias para respaldarse en la producción y montaje del material audiovisual, así como filmar dentro y fuera del bosque todo el material necesario para representar el mensaje que se desea comunicar.

## **Capítulo II: Problemática**

## Capítulo II: Problemática

A través del acercamiento con el consejo comunitario de desarrollo del residencial Bosques de San Nicolás se identificó que no cuentan con un material que dé a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno ubicado en el residencial, lo que se refleja en despreocupación por parte de los vecinos hacia el cuidado del bosque.

Por esta razón se determinó necesaria la producción de un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado de esta zona.

### Contexto

Residencial Bosques de San Nicolás está ubicado en zona 4 de Mixco, Guatemala, y cumple las funciones de prestación de servicios, seguridad y limpieza en la colonia. Dentro del residencial se encuentra una zona de bosque de 1.2 km cuadrados aproximados, zona que cumple un papel fundamental en la purificación del aire en esa área.

Con el pasar de los años y luego de la llegada de muchas familias se generó una mayor urbanización de esta zona, lo que causó que muchos ambientes naturales hayan desaparecido.

Como respuesta, el Consejo Comunitario de Desarrollo ha hecho esfuerzos por proteger el último espacio verde de conservación natural existente que es el bosque en el residencial.

Algunos de estos esfuerzos ya se pueden ver. Material gráfico físico que comunica la importancia del cuidado de esta zona, ya se encuentra dentro del bosque.

Aun así, en su mayoría los vecinos y visitantes no tienen ese sentir de conservación ambiental, y en su estadía en el bosque acostumbran a dejar desperdicios o basura que contamina y destruye la vida natural. Es por esto que se desea comunicar la importancia del cuidado del bosque urbano a través de una herramienta de comunicación efectiva y directa.

## Requerimiento de Comunicación

Los vecinos del Residencial Bosques de San Nicolás no cuentan con material audiovisual que les dé a conocer la importancia del cuidado del bosque urbano interno en su residencial.

## Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

## Magnitud

La magnitud para este proyecto de graduación es de 2,608 vecinos que conforman los habitantes del residencial Bosques de San Nicolás I distribuidos de la siguiente forma:



Gráfica de magnitud realizada por Pablo Daniel Estrada Chanchavac.

### ***Vulnerabilidad***

Al no contar con un material audiovisual útil para dar a conocer la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial, los vecinos en Bosques de San Nicolás no logran generar una conciencia ambiental interesada en el cuidado y trascendencia del bosque, ni el sentir adecuado que les motive a desarrollar prácticas de preservación, lo que representa a corto y largo plazo la destrucción y el deterioro del mismo.

### ***Trascendencia***

Con la producción y publicación de este material audiovisual se disminuirá la falta de conocimiento sobre la importancia que tiene el bosque urbano dentro del residencial, creando conciencia en el cuidado de esta área verde y se tiene influencia positiva hacia el cuidado de muchos otros bosques urbanos ubicados en otras zonas de la ciudad.

Asimismo, se promueve el cuidado ambiental, pues se informa a los vecinos sobre medidas necesarias a tomar para amplificar la conservación.

### ***Factibilidad***

El proyecto presentado a desarrollar en el Residencial Bosques de San Nicolás es factible porque cuenta con los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

**Recursos Humanos.** Se cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento y la experiencia del funcionamiento de las actividades internas de atención, administración y cuidado del bosque del residencial.

**Recursos Organizacionales.** El consejo comunitario de desarrollo y personal administrativo a cargo del Residencial Bosques de San Nicolás aprueba la realización de este proyecto.

**Recursos Económicos.** La junta administrativa cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto, la realización del proyecto tiene un costo de Q5,644.80

**Recursos Tecnológicos.** Se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para la realización del proyecto, entre los que se encuentra:

- Laptop HP Pavilion Gaming 15-ec con sistema de 64 bits
- Procesador AMD Ryzen 5 4600H
- NVIDIA® GeForce®
- Microsoft Windows 11 Home Single Language
- Smartphone Moto G30 con 4GB RAM y 128GB, cámara principal: Triple, 64 MP

## **Capítulo III: Objetivos de Diseño**

### **Capítulo III: Objetivos de Diseño**

#### **Objetivo General**

Producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

#### **Objetivos Específicos**

Recopilar toda aquella información necesaria de Bosques de San Nicolás para determinar y comprender la necesidad de comunicación a solucionar, proceso que se hará mediante la información que proporcione el cliente a través de un brief.

Investigar conceptos, términos y tendencias en sitios web para respaldarse durante la producción del material audiovisual, el cual, con dicho respaldo, establecerá una comunicación completa y efectiva con vecinos de Bosques de San Nicolás.

Filmar dentro y fuera del bosque el material necesario y útil para la realización del proyecto que servirá como referencia visual a los vecinos en Bosques de San Nicolás en la explicación y concientización de la importancia de la preservación del mismo.

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

### **Información General del Cliente**

#### ***Cliente***

Residencial Bosques de San Nicolás.

#### ***Dirección***

9na calle 19-56 Zona 4 de Mixco

#### ***Teléfono***

24343936

#### ***Correo Electrónico***

cocodebsn@gmail.com

#### ***Misión***

Respeto del reglamento normativo para regular las actividades y acciones que conlleven a la buena convivencia entre vecinos residentes y propietarios en el Residencial Bosques de San Nicolás.

#### ***Visión***

Una comunidad de vecinos, residentes y propietarios del residencial bosque de San Nicolás administrada por el Consejo Comunitario de Desarrollo que promueva el respeto y la buena convivencia.

#### ***Valores Institucionales***

Respeto, armonía, transparencia, orden.

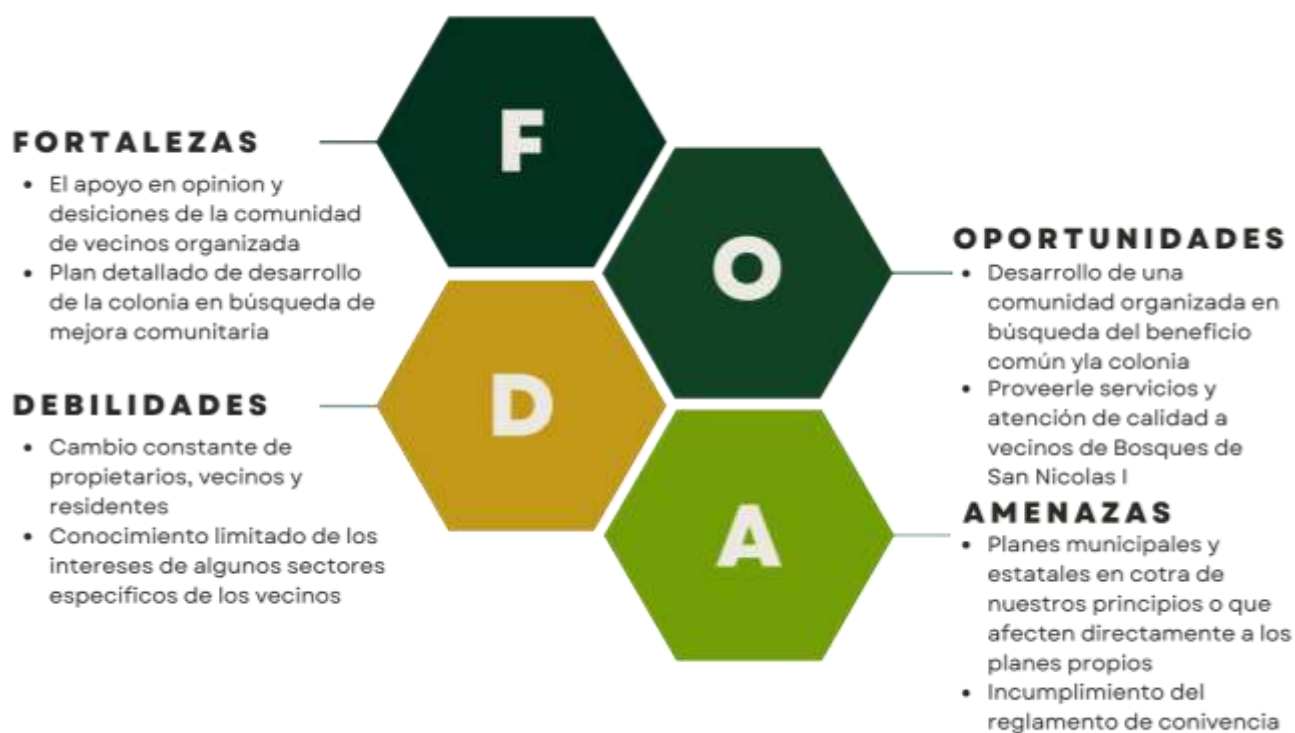
## Logotipo

### Residencial Bosques de San Nicolas



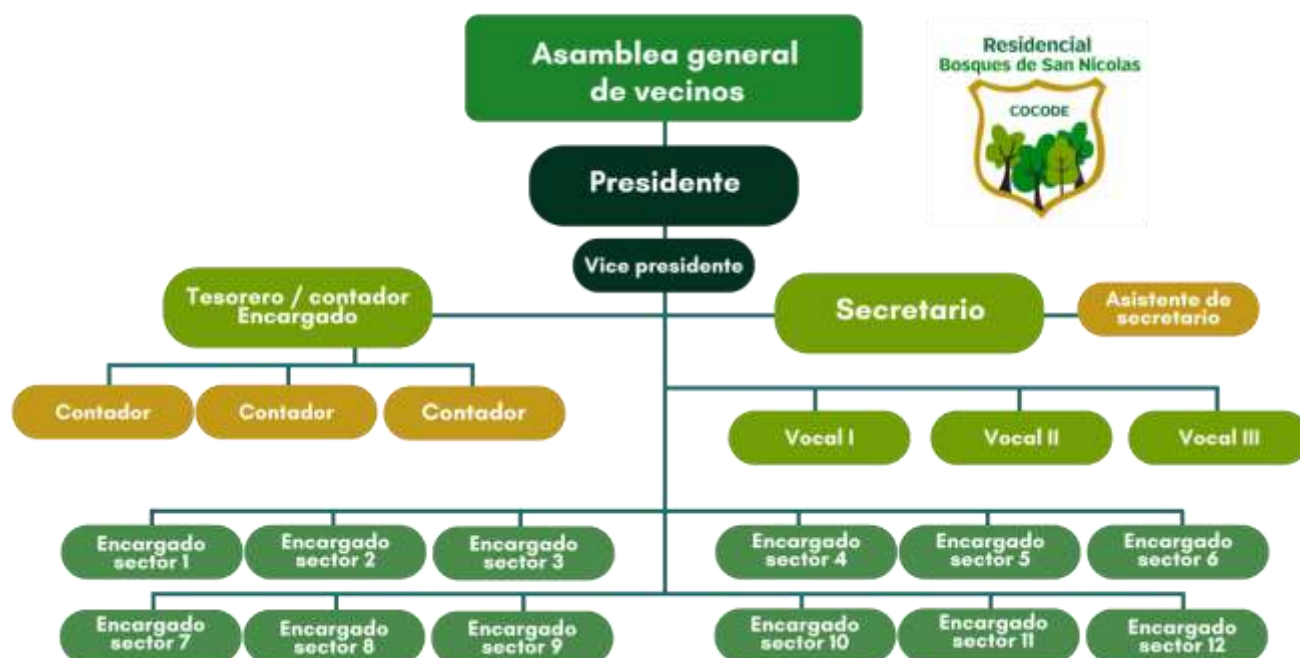
Logotipo digitalizado por Pablo Estrada, imagen de referencia proporcionada por COCODE.

## FODA



FODA realizado por Pablo Estrada con información proporcionada por COCODE.

## Organigrama



Organigrama diagramado por Pablo Estrada con información proporcionada por COCODE.

## **Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo**

## **Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo**

Este proyecto está dirigido a vecinos de Bosques de San Nicolás, residencial ubicado en zona 4 Mixco, Guatemala. Son personas con un estilo de vida activo, con edades entre 17 y 65 años, comprendidos en el nivel socioeconómico D1, C3 y C2 que disfrutan de paseos en familia y salir a caminar al bosque interno del residencial.

### **Perfil Geográfico**

- País: Guatemala
- Departamento: Guatemala, zona metropolitana
- Municipio: Zona 4 de Mixco
- Dirección Exacta: Desde la 8va calle y 19 avenida hasta 10ma calle y 38 avenida en zona 4 de Mixco Bosques de San Nicolás.
- Extensión Territorial: 2.8 km cuadrados
- Población Aproximada: 2,600 habitantes distribuidos en casas por familias.
- Clima: Habitualmente templado con una temperatura promedio de 18°C mínimo y 29°C máximo, con un 68% de humedad debido al bosque local.

### **Perfil Demográfico**

- Género: Masculino y femenino
- Nacionalidad: Guatemala
- Edad: 17 a 65 años de edad
- Estado Civil: Solteros y casados
- Nivel Educativo: Primaria media, completa, licenciatura y estudios superiores
- Grupo Étnico: Ladinos
- Idioma: español guatemalteco
- Nivel Socioeconómico: C2, C3 y D1 según tabla de clasificación de niveles socioeconómicos NSE 2018.

| CARACTERÍSTICAS              | NIVEL C2                                                                                         | NIVEL C3                                                                | NIVEL C1                                                              |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Ingresos</b>              | <b>Q17500</b>                                                                                    | <b>Q17500</b>                                                           | <b>Q7200</b>                                                          |
| <b>Educación padres</b>      | Superior, Licenciatura,                                                                          | Licenciatura                                                            | Media completa                                                        |
| <b>Educación hijos</b>       | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal                                 | Hijos menores escuelas, mayores en U estatal                            | Hijos en escuela                                                      |
| <b>Desempeño</b>             | Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente                                                    | Comerciante, vendedor, dependiente                                      | Obrero, dependiente                                                   |
| <b>Vivienda</b>              | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala |
| <b>Personal de servicio</b>  | Por día, eventual                                                                                | Eventual                                                                | No                                                                    |
| <b>Servicios financieros</b> | 1-2ctas monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo                           | 1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local                                 | 1 cta Q ahorro, TC local                                              |
| <b>Posesiones</b>            | Auto compacto de 4-5 años, sin seguro                                                            | Auto compacto de 8-10 años, sin seguro                                  | Moto, por trabajo                                                     |
| <b>Bienes de comodidad</b>   | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos                  | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV | 1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos                    |
| <b>Diversión</b>             | Cine, CC, parques temáticos locales,                                                             | Cine eventual, CC, parques, estadio                                     | CC, parques, estadio                                                  |

Ver Anexo No.2 Tabla de niveles socioeconómicos Multivex (2018).

## **Perfil Psicográfico**

### ***Actividades que Realiza:***

- Caminatas y actividades físicas.
- Recreación al aire libre y tiempo en familia.
- Reuniones sociales con amigos.
- Tiempo personal de calidad.
- Otras actividades físicas y de campo.
- Actividades fuera del hogar.

### ***Lugares que Visita:***

- Centros comerciales y restaurantes.
- Parques y espacios al aire libre.
- Lugares turísticos en Guatemala.
- Bosques y centros de recreación.

### ***Pasatiempos:***

- Redes sociales, WhatsApp, Facebook e Instagram.
- Servicios de streaming y televisión por cable o cable nacional.
- Caminatas y ejercicio físico.

## **Perfil Conductual.**

- Interés: Conservar y preservar su lugar de recreación o el área verde más cercana al lugar en donde habitan.
- Beneficio: Con el material audiovisual los vecinos lograrán comprender de mejor manera la importancia que tiene el cuidado de las áreas verdes, así podrán seguir disfrutando de su estilo de vida.

-

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

## Capítulo VI: Marco Teórico

### **Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.**

#### ***Producción***

Fabricar o elaborar un elemento, material o producto valiéndose de los recursos necesarios y disponibles, mediante un proceso de creación y montaje en el que se obtiene un objeto o resultado final. (Real Academia Española, 2023).

#### ***Material Audiovisual***

Elemento audiovisual a base de imágenes en movimiento y sonidos, transmite un mensaje por lo que es producido con propósitos de comunicación o propósitos comerciales y difundido a los diferentes medios de comunicación existentes. (Free Content, 2021)

#### ***Vecino***

Persona que, con otros en un mismo pueblo, barrio o casa, en vivienda independiente o que es propietario de casa u hogar este lugar y contribuye a las cargas, repartimientos o responsabilidades, aunque actualmente no viva en él. (RAE, 2023)

#### ***Importancia***

Cualidad de lo importante, de lo que es muy conveniente o interesante, se trata de un término que permite hacer referencia a algo o alguien relevante, destacado o de mucha entidad de mucha entidad o consecuencia. (RAE, 2023)

#### ***Cuidado***

Conjunto de actividades de protección que involucran atención, esmero, meticulosidad, diligencia, y cautela con el objetivo de la prevención, reducción y eliminación de la contaminación y cualquier degradación del medio ambiente en búsqueda de su conservación y del entorno natural existente. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)

## ***Bosque***

Ecosistema natural complejo que ocupa el 33% de la superficie guatemalteca, en el cual predominan especies arbóreas autóctonas locales en cualquier estado de desarrollo con vegetación acompañante, animales, hongos y microorganismos. (C. Sandoval, 2022)

**Bosque Urbano.** Conjunto extenso de árboles, arbustos y herbazales que encontramos en las ciudades. Un bosque en la ciudad. (Centro de Investigación Ecológica y Aplicaciones Forestales, 2024)

**Bosque Urbano Interno.** También llamados bosques antropogénicos son espacios boscosos que han sufrido la intervención de la humanidad, en mayor o menor grado, desde en una pequeña parte hasta su totalidad. (Ecología Verde, 2022)

**Bosque Urbano Externo.** También bosques primarios son bosques completamente naturales porque el ser humano no ha intervenido en ellos o lo ha hecho de forma tan escasa que no resulta relevante para la conservación de su biodiversidad. (Ecología Verde, 2022)

## ***Residencial***

Área urbana destinada principalmente a viviendas de cierta calidad, estas propiedades incluyen diversas opciones de vivienda, desde casas independientes hasta modernos apartamentos, condominios y casas adosadas. (e Ninjas, 2024)

## Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.

### *Conceptos Fundamentales Relacionados a la Comunicación*

**Comunicación.** Acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas la comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor. (Enciclopedia significados, 2023)

**Comunicación Audiovisual.** Es una forma de comunicación formada de dos componentes esenciales, audio y video, el audio es responsable de transmitir palabras habladas, música, efectos de sonido; el aspecto visual abarca imágenes, gráficos, videos y animaciones. (Tecnología Q-NEX, 2024)

**Mensaje.** Es el objeto de la comunicación. Incluye la información que el emisor envía a través de un medio de comunicación o de otro tipo de canal a uno o más receptores y abarca al conjunto de los signos, símbolos o señales empleados para la transmisión de ideas y conceptos. (Definición De, 2021)

**Público Objetivo.** Grupo de individuos que comparte una serie de rasgos (edad, sexo, hábitos de compra, entre otros.) que representarán el papel receptor del mensaje transmitido en el proyecto. (Ionos, 2023)

**Medios de Comunicación.** Sistemas usados para el establecimiento de una comunicación. Estos sistemas se basan, principalmente, en un conglomerado de canales e instrumentos comunicativos que permiten el desarrollo de un intercambio de información. (Software DELSOL, 2024)

**Medio Audiovisual.** Medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen como la fotografía y el audio. Se refieren a medios didácticos que con imágenes y grabaciones sirven para comunicar mensajes específicos. (Universidad de Guayaquil, 2015)

### ***Conceptos Fundamentales Relacionados al Diseño***

**Diseño.** Boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades. (Definición De, 2021)

**Diseño Gráfico.** Comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a un cliente ideal, tiene como objetivo es crear una representación visual con un sentido de orden y claridad haciendo que las personas entiendan el mensaje. (Piktochart, 2023)

**Producción Audiovisual.** Producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, normalmente para el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado o del género. (Planeta Formación y Universidades, s.f.)

**Storytelling.** Expresión anglosajona, que se desglosa en dos palabras: historia (story) y contar (telling). Es la utilización de metodologías optimizadas para contar una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto. (Universidad de Palermo, s.f.)

## Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias

### *Ciencias Auxiliares*

**Semiología.** También denominada semiótica disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor. (Enciclopedia Concepto, s.f.)

**Biología de la Conservación.** Ciencia multidisciplinaria, propone principios científicos y un enfoque teórico unificado para alcanzar la conservación de la biodiversidad, básicamente mediante la conservación mediante la conservación en bancos genéticos o por reproducción en cautiverio, pero principalmente a través de la protección de áreas naturales, modificadas en diversos grados, y de los procesos ecológicos que ahí se llevan a cabo. (Earth Share, 2022)

**Ecología.** Estudio de las relaciones existentes entre los diversos grupos de seres vivos en un ecosistema e incluso entre varios ecosistemas esto significa atender tanto a las condiciones biológicas, químicas y estadísticas de la vida, como a las físicas, químicas, geográficas, climáticas e incluso geológicas, del medio ambiente en donde dicha vida transcurre. (Enciclopedia Humanidades, 2016)

**Psicología.** Disciplina científica que estudia y analiza la conducta del ser humano, así como el análisis de los procesos mentales de individuos y grupos. (Universidad Internacional de La Rioja, 2021)

**Antropología.** Ciencia que estudia a la humanidad, sus sociedades del presente y del pasado, así como las diversas culturas y formas de organización e interacción social que ha creado. (Centro de Estudios Antropológico Universidad Nacional de México, 2014)

**Sociología.** Es una disciplina que se encarga de analizar lo que ocurre o ha ocurrido en una sociedad. La sociología es también una actitud de conciencia crítica frente a la sociedad. El objetivo principal es identificar, describir y explicar los hechos, las relaciones y los conflictos sociales desde diferentes dimensiones. (Universidad Nacional de Colombia, s.f.)

## **Artes**

**Cinematografía.** Arte de la fotografía y la narración visual en una película o programa de televisión consiste en el uso de técnicas enfocadas en la elaboración de cursos y másteres, series, documentales o cualquier pieza de video, a través de la fotografía y secuencia visual. (Toulouse Lautrec: Escuela de diseño, 2021)

**Fotografía.** Técnica y a una forma de arte que consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible, físico o digital. (Enciclopedia Concepto, 2013)

**Animación.** Técnica que da sensación de movimiento a imágenes, dibujos, figuras, recortes, objetos, personas, imágenes computarizadas, fotografiando o utilizando minúsculos cambios de posición para que, por un fenómeno de persistencia de la visión, el ojo humano capte el proceso como un movimiento real. (Universidad del Valle de Puebla, s.f.)

**Animación Digital.** La animación digital o animación computarizada es una técnica que consiste en dar vida a figuras, personajes y objetos inanimados. Ya se trate de imágenes, dibujos, fotografías o modelos creados por ordenador, la animación digital tiene como objetivo recrear un escenario en el que las secuencias de movimientos y sensaciones parezcan lo más reales posible. (Universidad Europea, 2021)

## **Teorías**

**Design Thinking.** Método de trabajo que enfrenta y soluciona los retos y problemas que surgen a base de creatividad, multidisciplinariedad, y trabajo en equipo. Se centra en entender y dar solución a las necesidades reales de un conjunto de usuarios, que haya sido previamente identificado. (Aktios, 2023)

**Teoría Gestáltica.** El proceso es más creativo y el producto más novedoso cuanto más marcado aparece el cambio de orden, la diversidad de conexiones. Iniciar una búsqueda a través de una especie de hilo conductor, mediante el cual cada percepción no queda aislada, sino que se vincula o anuda directamente con la siguiente. (Psicología Online, 2018)

**Teoría Asociacionista.** El ser humano encuentra en la asociación una forma de ir aumentando su conocimiento del mundo. Respecto a las características de la producción se han hecho estudios que revelan que en el producto creativo aparecen las asociaciones son remotas, asociaciones hechas a partir de ideas originales y libres. (Psicología Online, 2018)

**La Perspectiva Ecológica de Gibson.** Toda la información que una persona necesita percibir del ambiente ya está contenida en el impacto producido por un patrón óptico ambiental, es básicamente, el entorno visto desde una determinada perspectiva.

Las diferentes relaciones ecológicas (interacciones dentro de un sistema integrado) entre la persona y la necesidad de moverse por el entorno permita tomar contacto con los objetos de diferentes maneras y, por tanto, producir diferentes patrones ópticos ambientales. (Gibson, 1979)

**Teoría de la Autodeterminación / Determinación Intrínseca.** El ser humano requiere de una motivación externa, más allá que facilite sus objetivos, y proyectos. La teoría de la autodeterminación (TAD) es una teoría general de la motivación que explica por qué nos sentimos intrínsecamente motivados para hacer cosas. (Deci & Ryan,1985)

### ***Tendencias***

**Motion Graphics.** Distintas técnicas para hacer que las imágenes tengan movimiento, como lo sabemos por las series y películas animadas. Podríamos decir que en la animación un componente básico es la narrativa o contar una historia. (Domestika, s.f.)

**Fotografía Paisajística.** Toma de fotografías basada en un espacio, natural o urbano. Y este espacio es el protagonista de la foto, descripción creativa y fotográfica de la apreciación visual en la superficie de la tierra en forma estéticas sublimes, pintoresca y hermosas. (Giblett, 2013)

**Tipografía Sin Serifa.** Tipografías más modernas que las Serif, que no tienen contrastes, ya que sus trazos son uniformes. Están ligadas con la actualidad, y se caracterizan por ser más legibles y de uso comercial por ser más fáciles de leer. Este estilo de tipografías transmite modernidad, fuerza, dinamismo, minimalismo. (Pao Pérez Blog, 2021)

**Video Documental.** El documental es un relato encarnado que, mientras narra la realidad en imágenes y sonidos, nos involucra con las acciones y los sentimientos de los actores sociales como personajes en una ficción. (Cine Documental, 2014)

## Tablero de Tendencias



Tablero de tendencias realizado por el estudiante Pablo Daniel Estrada Chanchavac en base a la investigación de tendencias para aplicar en el proyecto, Anexo No.3

## **Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar**

## **Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar**

### **Aplicación y Razonamiento de la Información Obtenida en el Marco Teórico**

En la producción de un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás, se tomarán en cuenta las ciencias, artes, teorías y tendencias recopiladas en el marco teórico, las cuales serán efectivas en la propuesta del proyecto. Destacan específicamente las siguientes:

#### ***Semiología***

Mediante la comprensión del lenguaje no verbal humano y la aplicación del uso de signos y símbolos en el mensaje que se desea transmitir se puede llegar a una mejor interpretación por parte del receptor del mensaje y comunicar conceptos, sentimientos e ideas de forma efectiva.

#### ***Biología***

Para abarcar un tema tan extenso y delicado como lo es la preservación de ecosistemas es necesario conocer conceptos fundamentales relacionados a la vida y elementos orgánicos; procesos, sistemas, mecánicas y todo lo relacionado a los seres vivos.

#### ***Ecología***

Al entender conceptos básicos de la vida se puede notar que existen varias ramas de la propia biología que tienen influencia directa y que permiten entender mejor esa necesidad de preservación; la ecología presenta las herramientas para entender la relación de los seres vivos con el medio ambiente que ocupan y cómo las diferentes características de cada ecosistema afectan la distribución y abundancia de los propios organismos en ellos.

### ***Biología de la Conservación***

El punto central del proyecto es resaltar esa necesidad de conservación en un área determinada, es esencialmente útil estudiar y abordar las amenazas y gestionar soluciones para el cuidado de ecosistemas en el presente y mejorarlos gradualmente de cara al futuro.

### ***Psicología***

Gracias al entendimiento de la conducta humana, sus deseos, necesidades y sentimientos se podrá adaptar un mensaje adecuado, correctamente dirigido y enfocado a compartir ese sentimiento de necesidad de preservación y salud.

### ***Sociología***

La aplicación de un estudio detallado de cómo se comportan las personas de un sector en específico y sus relaciones con otras entidades, permite entender las actividades humanas del grupo estudiado y proponer soluciones adecuadas a las amenazas a su estilo de vida.

### ***Cinematografía***

El uso de técnicas cinematográficas que permitan versatilidad en la expresión de sentimientos, y el uso de audiovisuales que contagien la importancia del mensaje permite concientizar a las personas a través de un lenguaje que conocen.

### ***Fotografía***

Se dará uso a los principios de fotografía, enfocados en la obtención de material útil que permitan mostrar una imagen gráfica adecuada que facilite la conceptualización visual del proyecto.

### ***Perspectiva Ecológica de Gibson***

Aplicar la teoría de Gibson sobre la precepción permite, entender el punto de vista del grupo objetivo ante los distintos ambientes y variables que se pueden presentar. A través de este ejercicio es posible comprender la naturalidad del porqué del descuido de bosques y áreas verdes y encontrar elementos reales que influyen en los comportamientos de los vecinos.

### ***Autodeterminación / Determinación Intrínseca***

Existen estrategias que surgen de la teoría de autodeterminación intrínseca. Esta teoría menciona que es posible encontrar una motivación que funciona como motor intrínseco para promover el cuidado del bosque urbano interno. La motivación encontrada es la salud, un ser humano en su instinto de supervivencia busca vivir más y mejor. Demostrando las consecuencias negativas a la salud que conlleva el deterioro de ambientes naturales y los beneficios de su cuidado se crea ese elemento clave.

### ***Motion Graphics***

Serán de ayuda para comunicar mensajes complejos proveyendo al receptor de elementos visuales dinámicos y animados que capturen la atención y expliquen o simplifiquen conceptos.

### ***Fotografía Paisajista***

Conocimientos clave de la fotografía paisajista permiten capturar con una mirada enfocada en la fauna, flora y los ecosistemas naturales la atención a ellos y propiciar un sentimiento de importancia e interés hacia estos elementos.

### ***Video Documental***

Permitir al público experimentar una representación real de los sucesos ocurridos en el pasado y presente, tomando una mirada al futuro ayuda a abordar mejor un tema social de tal importancia como el que será abordado en el proyecto.

## Conceptualización

### Método

El método seleccionado como técnica de creatividad para la conceptualización del proyecto es “Imanchin”, técnica de creatividad ideada por Mónica López Ortiz. Comprende de seleccionar objetos e inspirar ideas, haciendo analogías nuestro objetivo creativo.



Gráfico de conceptualización realizado por Pablo Daniel Estrada

***Definición del Concepto.***

Considerando que el proyecto se enfoca en promover la conservación de los ambientes naturales y bosques se escogió el concepto:

*“En conservación de los bosques urbanos para formar humanos sanos”*

Pues permite conceptualizar el motivo general del proyecto.

Se escogió la palabra “conservación” considerando que representa la preservación y protección de los ambientes naturales y ecológicos. El término “bosques urbanos” representa la extensión de árboles y arbustos encontrados en las ciudades y específicamente el bosque ubicado en el residencial.

Finalmente, la frase “para formar humanos sanos” se escogió teniendo en cuenta los conflictos de salud en el cuerpo humano que causa la ausencia de aire limpio y ambientes naturales limpios.

Se buscó darle un motivo intrínseco que trasciende más allá que solo con cuidar el bosque, los humanos en instinto de supervivencia natural buscan vivir más, para vivir más buscan llevar un estilo de vida saludable. Aprovechando esto en el material se remarcará que para vivir saludable se es necesario tener ambientes naturales limpios a nuestro alrededor.

Además, se aprovecha para crear una rima consonante agradable al oído, usando las últimas sílabas de las palabras “urbanos” y “sanos”.

## Guion Literario

### 1.EXT. Ciudad - DÍA

Plano general de la ciudad

Narración V.O.

*Una ciudad emite gases, polvo y contaminación todos los días, que se esparce por el aire que respiramos.*

Plano general de la ciudad pasa a efecto blur y sobre estas animaciones que identifican problemas cardiacos, cerebrovasculares y enfermedades respiratorias aparecen

Narración V.O.

*¿Qué significa esto?... Problemas cardiacos, mayor riesgo a accidentes cerebrovasculares y principalmente enfermedades respiratorias, como asma.*

Mismo fondo y blur del plano general de una ciudad con animación de un signo de interrogación apareciendo

Narración V.O.

*Ahora, la pregunta es, ¿Qué tenemos como ciudad para contra atacar esto?*

### 2.EXT. Bosque - DÍA

Transición de movimiento rotación a la derecha donde el presentador está en un bosque

Presentador

*Más concretamente vemos la gran importancia y papel fundamental que tienen los pocos bosques urbanos que hemos conservado en nuestra ciudad.*

Close up primer plano a presentador

Presentador

*Y no se queda ahí, vemos que el beneficio de la conservación de bosques urbanos trasciende más allá, otros efectos que tienen los bosques urbanos en las ciudades son...*

### 3.EXT. Cielo lluvia - DÍA

Plano de lluvia de material de librería de recursos

Narración V.O.

*Regular el flujo de agua de lluvias y previene inundaciones.*

## Continuación Guion Literario

### 4.EXT. Ciudad - DÍA

Plano general de la ciudad de librería de recursos con time-lapse vista al cielo

Narración V.O.

*Mitigación del cambio climático.*

### 5.EXT. Área verde - DÍA

Plano general, Traveling y algunos primeros planos de personas, niños y grandes conviviendo en área verde de librería de recursos

Narración V.O.

*Fomentar la cohesión comunitaria y educación ambiental.*

### 6.EXT. Cielo y sol - DÍA

Plano contrapicado enfocando al sol, se aplica el efecto blur y entra una animación que señala los 2 a 8 grados de temperatura, de vista al sol

Narración V.O.

*Reducción de la temperatura y olas de calor, enfriando el aire desde 2 hasta 8 grados lo que significa.*

### 7.INT. Casa - DÍA

Plano detalle haciendo enfoque al aire acondicionado aún con animación sobrescrita con imágenes que ejemplifique la reducción de aire y facturas

Narración V.O.

*reducir la necesidad de aire acondicionado en un 30 por ciento, y las facturas de calefacción de invierno en un 20 a 50 por ciento.*

### 8.EXT. Casa - DÍA

Plano general haciendo desplazamiento de cámara enfocando una zona arbolada o área urbana con bastantes elementos naturales

Narración V.O.

*Además, añaden un valor económico cumpliendo el factor de embellecimiento.*

## Continuación Guion Literario

### 9.EXT. Bosque - DÍA

Plano entero de presentador otra vez en el bosque

Presentador

*Volviendo al punto principal... Según la OMG 1 de cada 9 muertes globales están relacionadas a la contaminación de partículas en el aire, las cuales se intensifican en las ciudades.*

### 10.EXT. Bosque - DÍA

Traveling junto al presentador en otra parte de bosque y animación de gráfica de pie mostrando un 54% que asciende o sube al 66%

Presentador

*Actualmente el 54% de la población mundial es urbana y se espera crecer hasta el 66% en los próximos años.*

### 11.EXT. Bosque - DÍA

Plano general haciendo zoom al presentador en otra parte de bosque

Presentador

*No podemos subestimar la importancia que tienen los árboles y áreas verdes en las ciudades, especialmente si se trata de los pocos bosques urbanos que quedan.*

### 12.EXT. Garita del residencial - DÍA

Plano entero del presentador fuera de la garita del residencial bosque de san Nicolás.

Presentador

*Uno de estos lo encontramos en zona 4 de Mixco específicamente aquí, en el residencial bosque de san Nicolás...*

### 13.EXT. Bosque - DÍA

Primer plano de entrevista a vecinos con el bosque o casas del residencial de fondo donde se aprecie el bosque cerca

Vecino/a entrevistado  
*ENTREVISTA*

## Continuación Guion Literario

### 14.EXT. Bosque - DÍA

Primer plano de entrevista a vecinos con el bosque o casas del residencial de fondo donde se aprecie el bosque cerca

Vecino/a entrevistado  
*ENTREVISTA*

### 15.EXT. Bosque - DÍA

Traveling, presentador caminando por el bosque hablando a cámara

Presentador  
*Un estudio reciente de hecho en la Universidad de Stanford, midió el impacto en el cerebro de caminar durante 90 minutos en la naturaleza.*

*De entre 2 grupos de estudio Aquellos que caminaron entre árboles no sólo reportaron menos tendencia a hablar críticamente sobre uno mismo o eventos del pasado, un patrón negativo de pensamiento vinculado a la depresión.*

### 16.EXT. Bosque – DÍA

Plano general o panorámico del bosque enfoque a la flora, fauna y personas caminando y disfrutando del bosque

Presentador V.O.  
*Vemos entonces que los beneficios que los bosques urbanos van más allá de lo que imaginamos y lo menos que podemos hacer es conservar los que tenemos.*

### 17.EXT. Bosque – DÍA

Plano detalle enfocando la acción del uso de contenedores adecuados para basura

Presentador V.O.  
*Cuidar los bosques urbanos requiere de ti, desde usar los contenedores de basura o guardarla en vez de tirarla.*

## Continuación Guion Literario

### 18.EXT. Bosque – DÍA

Plano detalle enfocando la acción de limpieza de áreas verdes

Presentador V.O.

*Limpiar espacios que usamos en áreas verde.*

### 19.EXT. Bosque – DÍA

Plano detalle de persona sembrando un árbol de librería de recursos

Presentador V.O.

*Apoyar campañas de sembrado de más árboles o de conservación.*

### 20.EXT. Bosque – DÍA

Plano entero de presentador dentro del bosque quitando zoom agrandando la imagen

Presentador V.O.

*Hasta hablar con las personas que nos rodean para crear una cultura consciente del potencial ecológico que tienen todo forma parte de un futuro mejor para nosotros y nuestros hijos, hagamos de la conservación de bosques urbano algo real en nuestras vidas.*

### 21.EXT. Bosque – DÍA

Gran Plano General del bosque en bosques de san Nicolás con animación del logo del residencial y cocode, aplicación del efecto vanish a las animaciones y blur al plano general del bosque y aparece la frase lema.

Presentador V.O.

*Residenciales bosques de San Nicolás se comprometen con la conservación de su bosque urbano y esperamos que tú también te comprometas.*

# Bocetaje Story Board

**TOMA: 1 | Plano General**



Plano general de la ciudad

**TOMA: 2 | Plano General**



El presentado avanza hablando por el bosque

**TOMA: 3 | Plano General**



Cae lluvia sobre pavimento

**TOMA: 4 | Plano General**



Enfoque a árboles y cielo

**TOMA: 5 | Plano General ángulo contra picado**



Personas observando la naturaleza

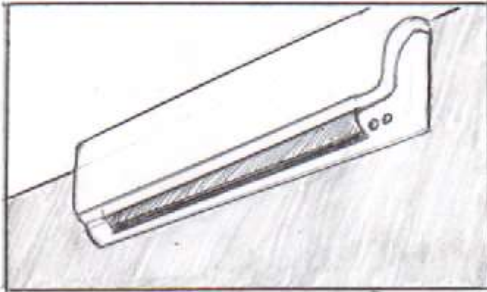
**TOMA: 6 | Gran Plano General**



Cielo y nubes

## Continuación del Bocetaje

**TOMA: 7 | Plano General ángulo contra picado**



Aire acondicionado trabajando

**TOMA: 8 | Plano General**



Casa de lujo rodeada de vegetación

**TOMA: 9 | Plano General**



Persona caminando en el bosque

**TOMA: 10 | Plano Medio**



Ilustración en gráfica de pie del 66%

**TOMA: 11 | Primer plano**



Entrevista primera persona

**TOMA: 12 | Primer plano**



Entrevista segunda persona

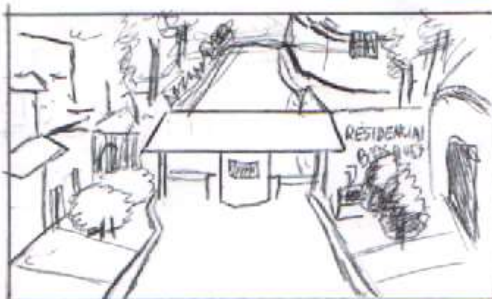
# Continuación del Bocetaje

**TOMA: 13 | Plano medio**



Presentador comentando en el bosque

**TOMA: 14 | Plano general**



Garita del residencial

**TOMA: 15 | Plano general**



Presentador caminando en el bosque

**TOMA: 16 | Plano detalle**



Ardilla pasando por ramas de los árboles

**TOMA: 17 | Plano detalle**



Cascara de banano cayendo en un basurero

**TOMA: 18 | Plano detalle**



Persona rastrillando o barriendo hojas secas

## Continuación del Bocetaje

**TOMA: 19 | Plano detalle**



Manos sembrando una planta

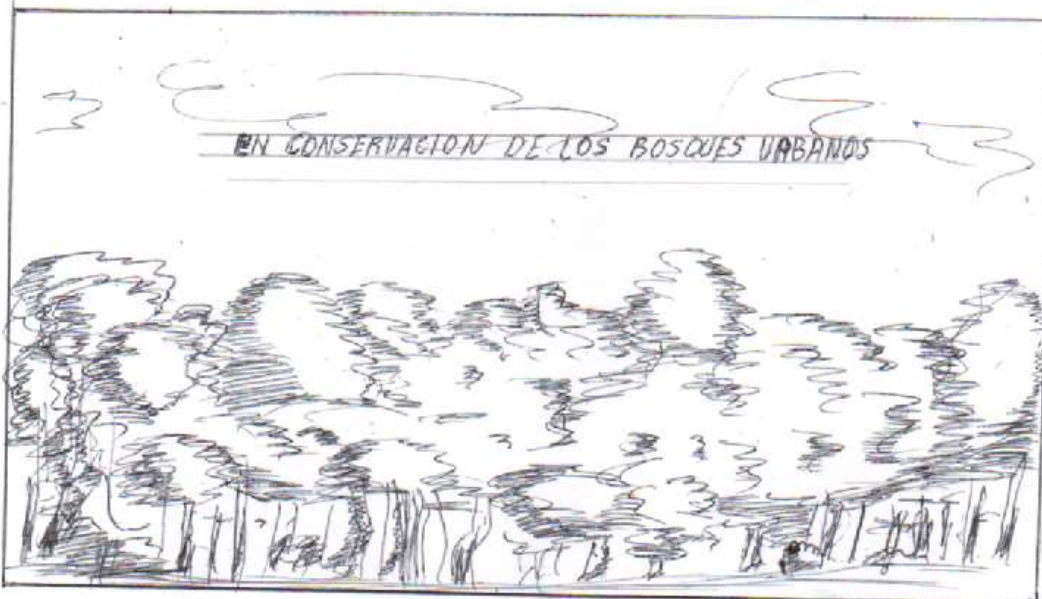
**TOMA: 20 | Plano general**



Toma del bosque y vegetación

**TOMA:21**

**Gran plano general**



Gran Plano General del bosque con animación del logo de la residencial aplicación del efecto vanish a las animaciones y blur al plano general, aparece la frase lema.

Bocetaje Story Board a color

**TOMA: 1 | Plano General**



Plano general de la ciudad

**TOMA: 2 | Plano General**



El presentado avanza por el bosque

**TOMA: 3 | Plano General**



Cae lluvia sobre pavimento

**TOMA: 4 | Plano General**



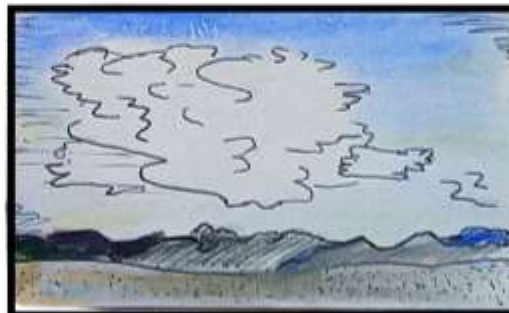
Enfoque a árboles y cielo

**TOMA: 5 | Plano General ángulo contra picado**



Personas observando la naturaleza

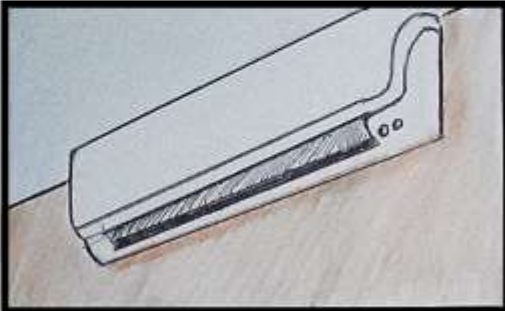
**TOMA: 6 | Gran Plano General**



Cielo y nubes

Continuación del Bocetaje a color

TOMA: 7 | Plano General ángulo contra picado



Aire acondicionado trabajando

TOMA: 8 | Plano General



Casa de lujo rodeada de vegetación

TOMA: 9 | Plano General



Persona caminando en el bosque

TOMA: 10 | Plano Medio



Ilustración en gráfica de pie del 66%

TOMA: 11 | Primer plano



Entrevista primera persona

TOMA: 12 | Primer plano



Entrevista segunda persona

Continuación del Bocetaje a color

**TOMA: 13 | Plano medio**



Presentador comentando en el bosque

**TOMA: 14 | Plano general**



Garita del residencial

**TOMA: 15 | Plano general**



Presentador caminando en el bosque

**TOMA: 16 | Plano detalle**



Ardilla pasando por ramas de los árboles

**TOMA: 17 | Plano detalle**



Cascara de banano cayendo en un basurero

**TOMA: 18 | Plano detalle**



Persona rastrillando o barriendo hojas secas

Continuación del Bocetaje a color

TOMA: 19 | Plano detalle



Manos sembrando una planta

TOMA: 20 | Plano general



Toma del bosque y vegetación

TOMA:21 | Gran plano general

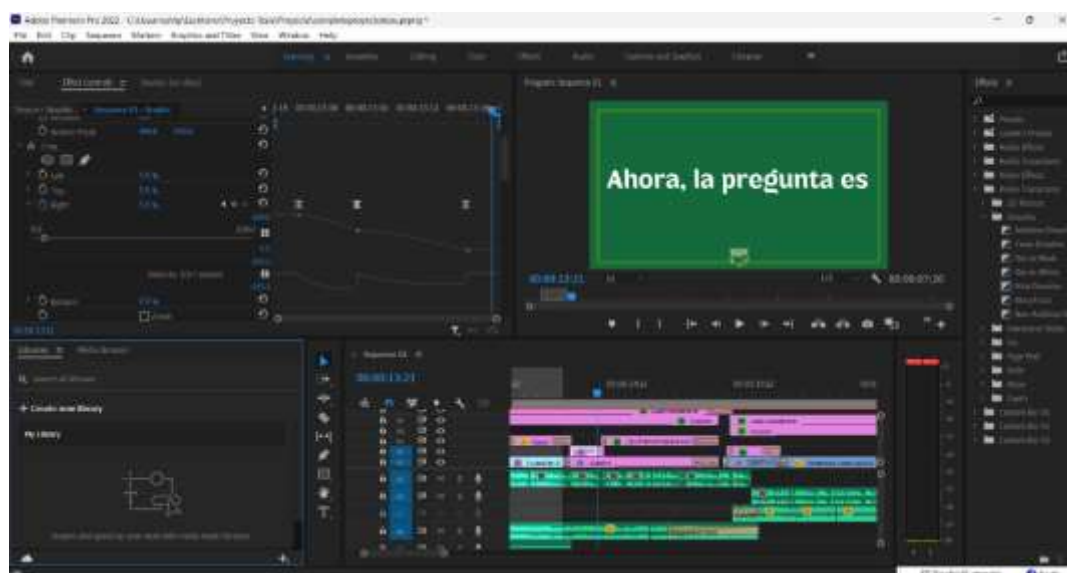


Gran Plano General del bosque con animación del logo de la residencial aplicación del efecto vanish a las animaciones y blur al plano general, aparece la frase lema.

## ***Digitalización del Bocetaje***

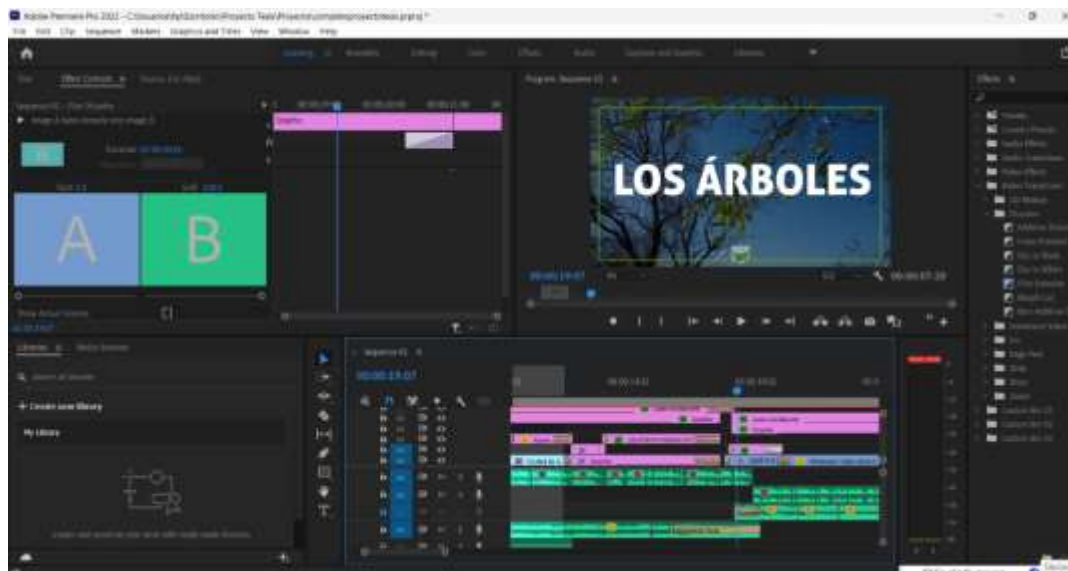
Mediante el programa de Adobe Premiere Pro se realizó el proceso de postproducción, montaje, composición y edición del material audiovisual hecho para Residencial Bosques de San Nicolás Junta directiva COCODE.

En el proceso de edición se usó a una amplia cantidad de efectos de video, transiciones de audio, video y animaciones, entre las cuales podemos ver en esta captura de pantalla una animación de texto en pantalla usando keyframes con desaceleración y el efecto de transición “slide”. Además, un efecto de sonido de máquina de escribir aplicado a la animación de texto.

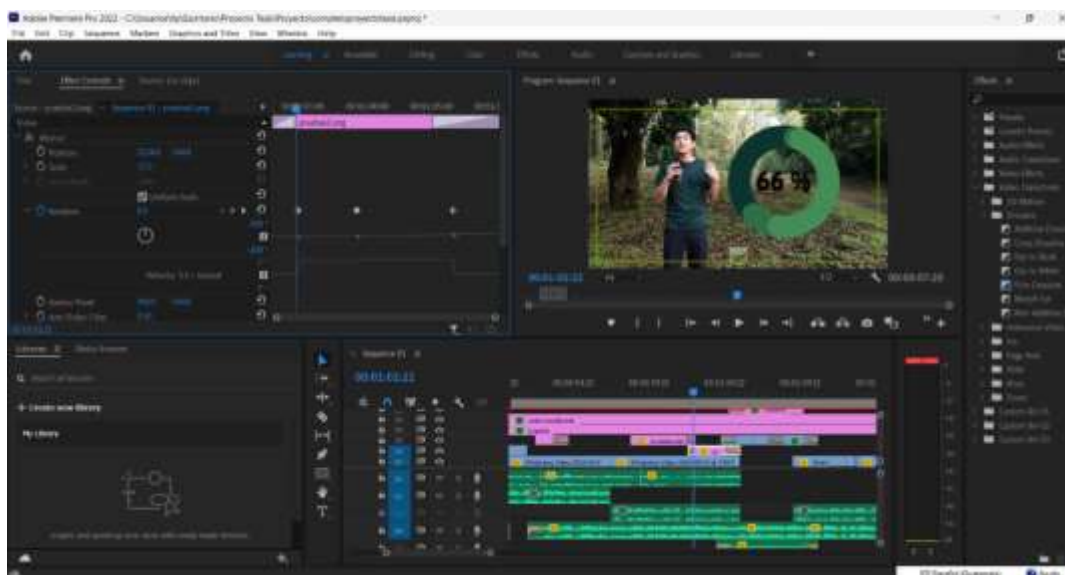


## Continuación Proceso de Digitalización

Entre los efectos de transición de video más usados, se usó mayormente el efecto “Film Dissolve” para pasar de un video a otro. Este efecto se puede ver aplicado tanto en el texto como en la grabación en la siguiente captura de pantalla.



Se aprovechó del efecto Film Dissolve añadiéndolo a una transición entre una gráfica y otra, transición que se hizo por medio de la rotación por keyframes de la propia gráfica y se añadió un efecto de sonido “swoosh” de movimiento.

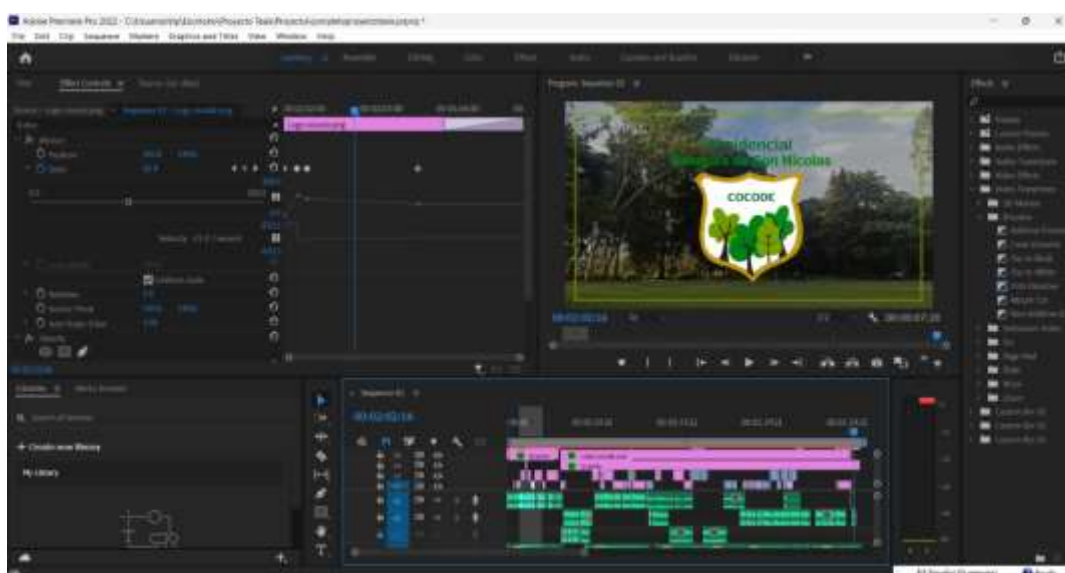


## Continuación Proceso de Digitalización

Para algunos efectos especiales se aplicó una máscara de capa duplicando el video de origen y aplicando la máscara a la copia superior y luego colocando el texto entre máscara y fondo para generar el efecto óptico que se puede observar a continuación.



Animación del logo de Bosques de San Nicolás sobre figura con el 60% de opacidad usando keyframes, efecto de transición de video Film Dissolve y variaciones de escala y tamaño de la imagen para dar dinamismo y dimensionalidad.



### **Propuesta Preliminar**

A continuación, se presenta la propuesta de la producción de un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás

Propuesta que fue filmada, producida y elaborada por el estudiante Pablo Daniel Estrada Chanchavac valiéndose de herramientas de software de video y diseño como Adobe Ilustrador para elementos gráficos, Adobe Audition para control sobre las grabaciones y efectos de audio, y Adobe Premiere Pro en la postproducción del montaje final

### ***Propuesta Preliminar Audiovisual***

Para la publicación de dicha propuesta se subió el material audiovisual a la plataforma de YouTube y se presenta para su visualización en el siguiente enlace:

<https://youtu.be/r987112zFow?si=CrpclmP1ITeu08n8>

### **Duración**

2:05 minutos

### **Tamaño**

1080px x 1920px

### **Código QR de la propuesta preliminar**



## Propuesta Preliminar Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 1 | Gran Plano General

**Acción:** Plano general de la ciudad



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Ciudad de fondo efecto de sonido

### TOMA: 2 | Motion Graphics

**Acción:** Texto sobre fondo oscuro, con la frase “¿Qué tenemos para contratar?”



**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA: 3 | Plano General contrapicado

**Acción:** Árboles y cielo de fondo toma contrapicado



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA:4 | Plano Medio

**Acción:** Presentador hablando en bosque



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

## Continuación del Story Board

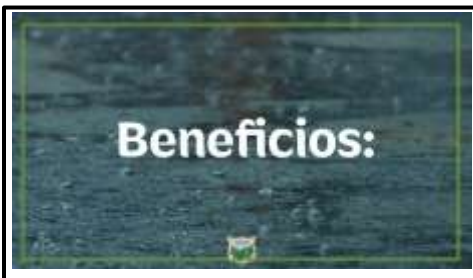
**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

**TOMA: 5 | Plano Detalle picado**

**Acción:** Lluvia cae sobre pavimento



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

**TOMA: 7 | Plano General contrapicado**

**Acción:** Personas disfrutando del bosque



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

**TOMA: 6 | Gran Plano General**

**Acción:** Vista de cielo y nubes



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

**TOMA:8 | Plano General**

**Acción:** Aire acondicionado trabajando



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 9 | Plano General

**Acción:** Vista de casa de lujo rodeada por árboles e íconos



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 10 | Plano General

**Acción:** Presentador con el bosque de fondo



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 11 | Plano Americano

**Acción:** Presentado mencionando datos y estadísticas con el bosque de fondo



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Bosque de fondo y rudos naturaleza

### TOMA: 12 | Gran Plano General

**Acción:** Texto sobre fondo de ciudad más de la mitad de población vive en áreas urbanas



**Ubicación:** Interior  
**Audio:** Bosque de fondo y rudos naturaleza

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 13 | Plano Americano

**Acción:** Presentador comentando en el Bosque la importancia de conservación



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 14 | Plano General

**Acción:** Ardilla capturada en árboles del bosque



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 15 | Plano Detalle

**Acción:** Toma de cartel de jacaranda y paneo vertical hacia la propia jacaranda



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 16 | Plano Detalle

**Acción:** Plano detalle personas tirando la basura en un basurero adecuado



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Aves y bosque sonido de fondo

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 17 | Plano Detalle

**Acción:** Desperdicio tirado en el bosque



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 18 | Plano Detalle

**Acción:** Persona rastrillando o barriendo hojas secas



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 19 | Plano Detalle

**Acción:** Manos sembrando una planta



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 20 | Plano Conjunto

**Acción:** Personas en el bosque de noche, con la palabra consciente de aplicada en máscara



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 21 | Plano General

**Acción:** Persona rastrillando o barriendo hojas secas



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 22 | Plano General vista gusano

**Acción:** Plano gusano persona caminando en el bosque



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 23 | Plano Detalle

**Acción:** Flora autóctona del bosque zoom out



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 24 | Plano General contrapicado

**Acción:** Ángulo contrapicado casi cenital del tanque con el logo del residencial



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

| TOMA: 25   Gran Plano General                                                                                                                                                                   |                                                                                    |                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Acción:</b><br/>Gran Plano General del bosque con animación del logo de la residencial aplicación del efecto vanish a las animaciones y blur al plano general, aparece la frase lema.</p> |  | <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Café Paper Mario<br/>The Origami King</p> |

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

## **Capítulo VIII: Validación de la Técnica**

Completada la propuesta preliminar del material audiovisual para dar a conocer la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás se realizó una encuesta cuantitativa y cualitativa con el propósito de una evaluación cuantificable y medir la percepción de los encuestados con respecto a la propuesta presentada.

Mediante un formulario virtual hecho en Google Forms, se presenta la propuesta preliminar al cliente, grupo objetivo y un grupo de expertos en el área de comunicación y diseño.

### **Población y Muestreo**

El total de las personas encuestadas fue de 26 y se divide en tres grupos principales:

Cliente: German Sandoval presidente del consejo comunitario de desarrollo de residencial Bosques de San Nicolás.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de comunicación y diseño.

- Lic. Arnulfo Guzmán profesional en comunicación audiovisual de Universidad Galileo.
- Licda. Andrea Aguilar, profesional en diseño gráfico de Universidad Galileo.
- Licda. Gabriela Cabrera, profesional en diseño gráfico de Universidad Galileo.
- Licda. Aura Pérez, profesional en diseño gráfico de Universidad Galileo.
- Licda. Damaris Mejía Salazar, profesional en comunicación audiovisual de Universidad del Itzmo.

Grupo Objetivo: Vecinos residentes en Bosques de San Nicolás, residencial ubicado en zona 4 Mixco, Guatemala, a los que se les envió el formulario digital con el enlace al video para su validación.

## **Método e Instrumentos**

Se tomó como herramienta de investigación de validación una encuesta digital dividida en tres secciones: parte objetiva, parte semiológica y parte operativa además de un apartado para observaciones.

En la fase objetiva se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con preguntas dicotómicas: “Sí o no”.

En la fase semiológica se evalúan los elementos del diseño, gráfico y elementos estéticos del material audiovisual

En la fase operativa se evalúa de primera instancia la funcionalidad de la propuesta del material audiovisual.

Ambas fases semiológica y operativa se evalúan mediante preguntas dicotómicas de “sí o no”, escala de Likert y escala de valoración estimada para medir en grado de acuerdo o desacuerdo que tiene un aspecto determinado de la propuesta preliminar.

*Modelo de Encuesta*

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Graduación

Género

Perfil

F

☐

Cliente

☐

Nombre

M

☐

Experto

☐

Profesión

Edad

Grupo Objetivo

Puesto

**Encuesta de Validación Proyecto de Graduación**

PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DAR A CONOCER A LOS  
VECINOS LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL BOSQUE URBANO INTERNO  
EN RESIDENCIAL BOSQUES DE SAN NICOLAS

**Antecedentes:**

El consejo comunitario de desarrollo en Bosques de San Nicolás a organizado y administrado las funciones de prestación de servicios, seguridad y limpieza dentro de la colonia.

El residencial por su parte ha sido un área llena de ambientes naturales y verdes. Sin embargo, tras la urbanización de esta zona muchas áreas verdes se han perdido.

Con el fin de preservarla residencial bosque de San Nicolas ha hecho esfuerzos por mantenerla bien cuidada, sin embargo, muchos vecinos y visitantes no tienen ese mismo sentir.

A través del acercamiento con el consejo comunitario de desarrollo de Residencial Bosques de San Nicolás se identificó que no cuentan con un material que dé a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque del residencial, lo que se refleja en despreocupación por parte de los vecinos hacia el cuidado del bosque.

Por lo que se propuso como objetivo producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolas

**Instrucciones:**

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio responda a las siguientes interrogantes colocando una X en el espacio en blanco.

**Parte Objetiva**

¿Considera necesaria la producción de un material audiovisual (video) para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolas?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

¿Considera necesario recopilar información necesaria de Bosques de San Nicolás para comprender la necesidad de comunicación a solucionar?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

¿Considera necesario investigar conceptos, términos y tendencias en para respaldarse durante la producción del material audiovisual?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

¿Considera necesario filmar dentro y fuera del bosque el material necesario y útil para la realización del proyecto?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**Parte Semiológica**

Considera que el uso de efectos gráficos y efectos de transición de video es:

Muy adecuados \_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_

Considera que el uso de animaciones de texto y titulares es:

Muy adecuados \_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_

Considera que los colores y estética general que transmite el video es:

Muy adecuados \_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_

Considera que el uso de ilustraciones, iconografía, gráficas y elementos visuales es:

Muy adecuados \_\_\_\_ Poco adecuados \_\_\_\_ Nada adecuados \_\_\_\_

**Enlace de Google Forms de validación digital:** <https://forms.gle/p86g4u2d2YKVhGYM6>

## Resultados e Interpretación de Resultados

### Fase Objetiva

1. ¿Considera necesaria la producción de un material audiovisual (video) para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás?



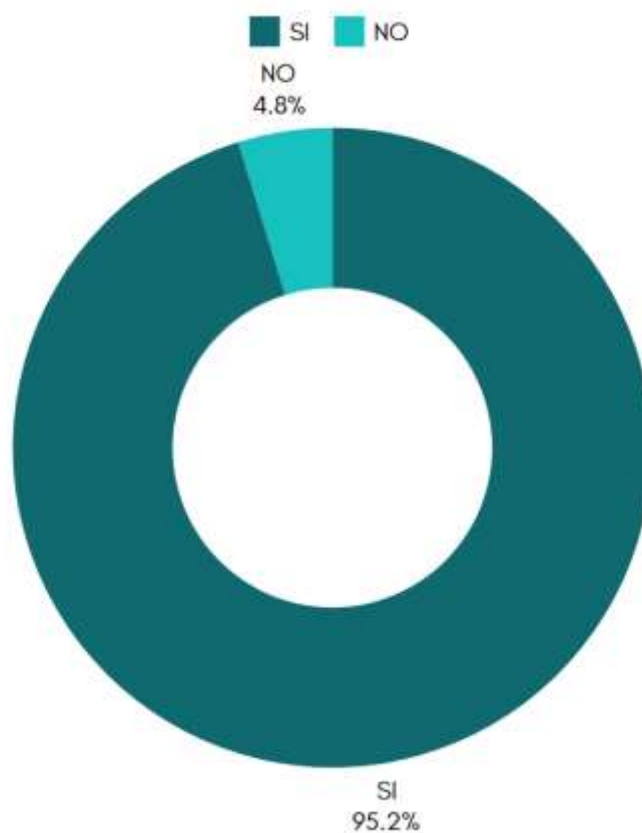
*Interpretación de resultados:* El 100% de los encuestados considera necesaria la producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

2. ¿Considera necesario recopilar información necesaria de Bosques de San Nicolás para comprender la necesidad de comunicación a solucionar?



*Interpretación de resultados:* El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información necesaria de Bosques de San Nicolás para comprender la necesidad de comunicación a solucionar.

3. ¿Considera necesario investigar conceptos, términos y tendencias en para respaldarse durante la producción del material audiovisual?



*Interpretación de resultados:* El 95.2% de los encuestados considera necesario investigar conceptos, términos y tendencias en para respaldarse durante la producción del material audiovisual.

4. ¿Considera necesario Filmar dentro y fuera del bosque el material necesario y útil para la realización del proyecto que servirá como referencia visual a los vecinos en Bosques de San Nicolás en la explicación y concientización de la importancia de la preservación del mismo?



*Interpretación de resultados:* El 100% de los encuestados considera necesario Filmar dentro y fuera del bosque el material necesario y útil para la realización del proyecto que servirá como referencia visual a los vecinos en Bosques de San Nicolás en la explicación y concientización de la importancia de la preservación del mismo.

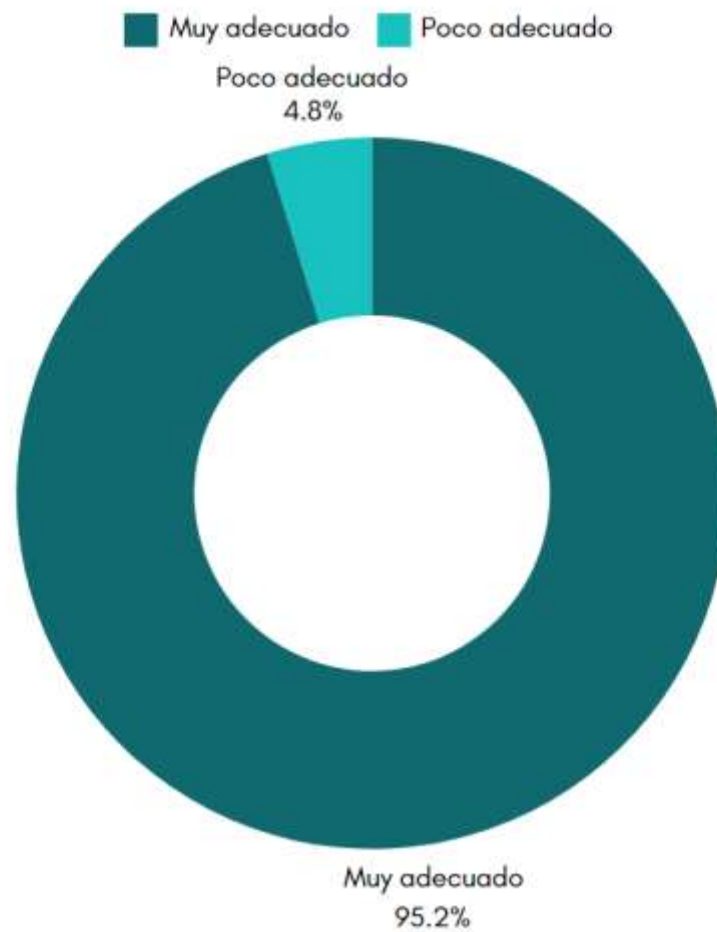
### ***Fase Semiológica***

1. Considera que el uso de efectos gráficos y efectos de transición de video es:



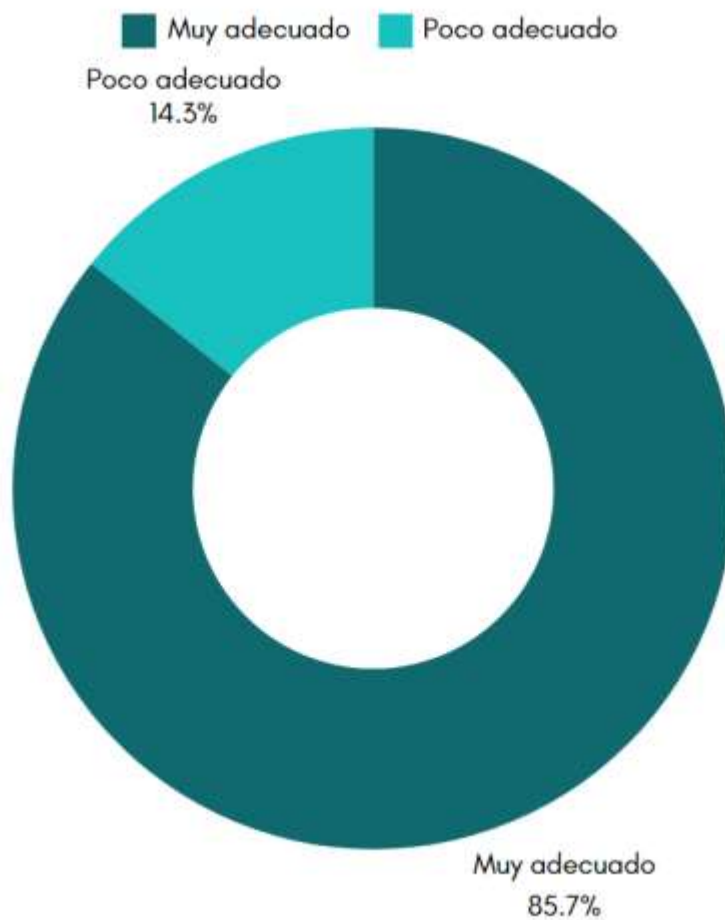
*Interpretación de resultados:* El 100% de los encuestados considera que el uso de efectos gráficos y efectos de transición de video es muy adecuado.

2. Considera que el uso de animaciones de texto y titulares es:



*Interpretación de resultados:* El 95.2% de los encuestados considera que el uso de animaciones de texto y titulares es muy adecuado.

3. Considera que los colores y estética general que transmite el video son



*Interpretación de resultados:* El 85.7% de los encuestados considera que los colores y estética general que transmite el video son muy adecuados y el 14.3% de los entrevistados considera que es poco adecuado.

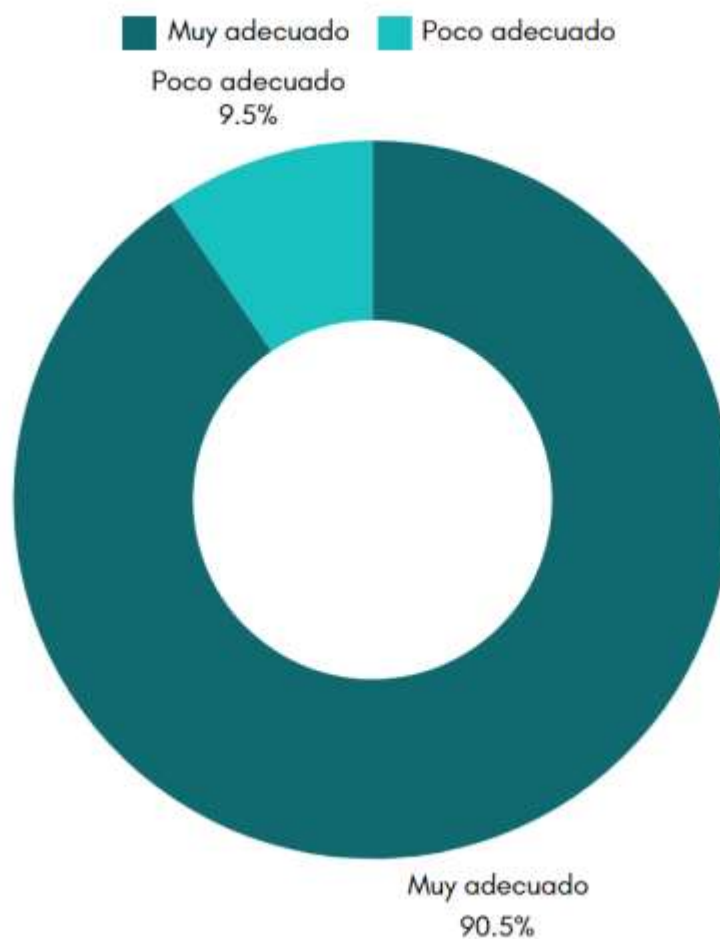
4. Considera que el uso de ilustraciones, iconografía, gráficas y elementos visuales son



*Interpretación de resultados:* El 100% de los encuestados considera que el uso de ilustraciones, iconografía, gráficas y elementos visuales son muy adecuados.

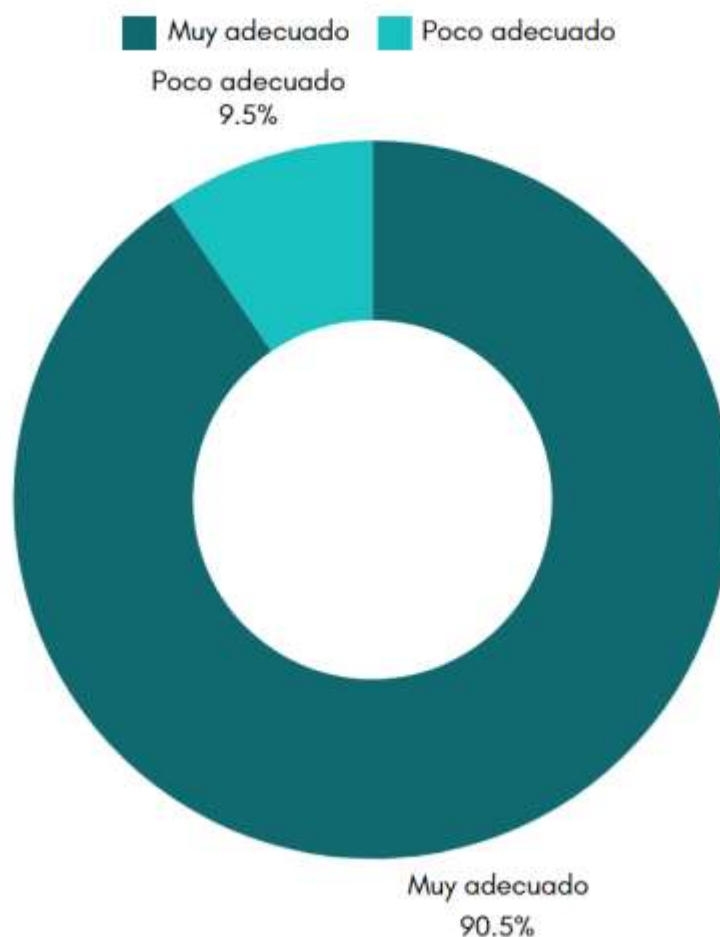
### ***Fase Operativa***

1. Considera que la duración del video es:



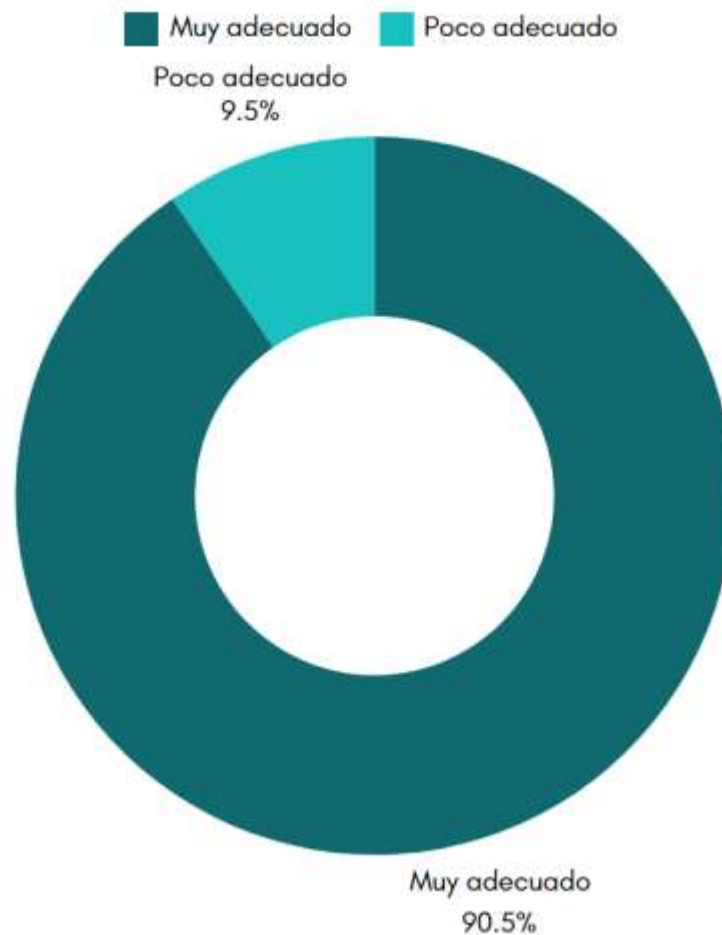
*Interpretación de resultados:* El 90.5% de los encuestados considera que la duración del video es muy adecuada y el 9.5% de los encuestados considera que es poco adecuada.

2. Considera que el formato de orientación horizontal es:



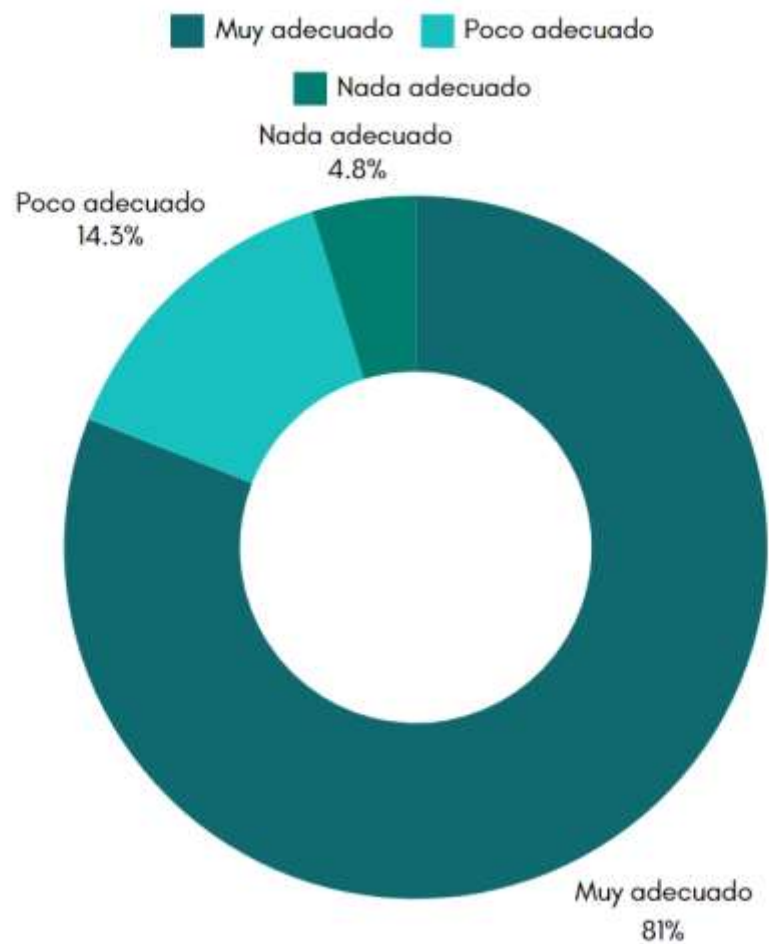
*Interpretación de resultados:* El 90.5% de los encuestados considera que el formato de orientación horizontal es muy adecuado y el 9.5% de los encuestados considera que es poco adecuado.

3. Considera que el audio y los efectos de sonido usados en el video son:



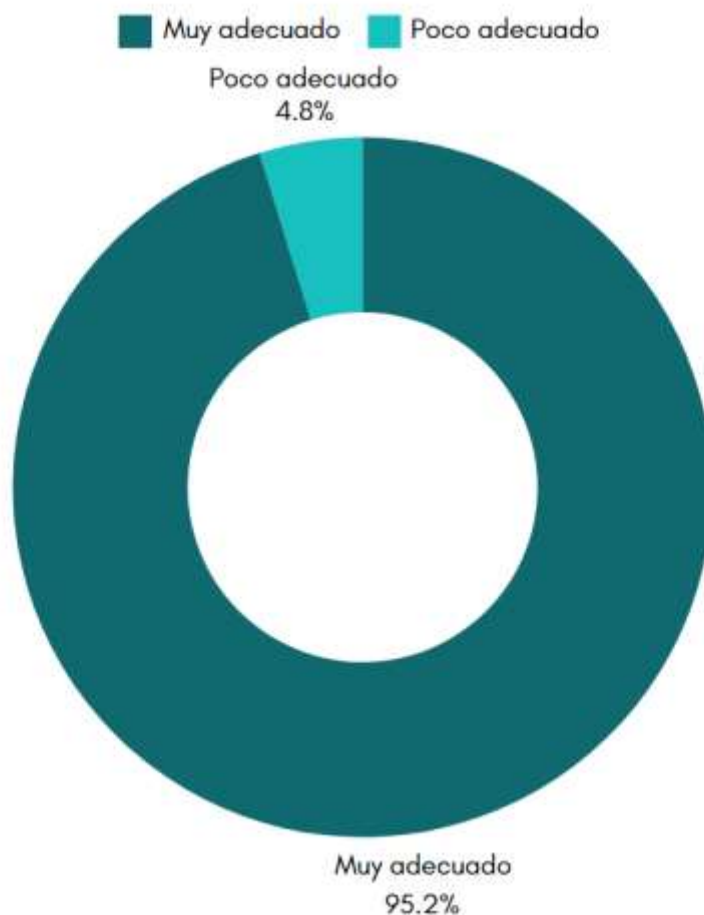
*Interpretación de resultados:* El 90.5% de los encuestados considera que el audio y los efectos de sonido usados en el video son muy adecuados y el 9.5% de los encuestados considera que es poco adecuados.

4. Considera que la música y volumen de la misma usada en el video es:



*Interpretación de resultados:* El 81% de los encuestados considera que la música y volumen de la misma usada en el video es muy adecuada y el 14.3% de los encuestados considera que es poco adecuada y el 4.8% considera no es adecuada.

5. Considera que el mensaje transmitido en el video en contraste con el mensaje de comunicación que se desea transmitir es:



*Interpretación de resultados:* El 95.2% de los encuestados considera que el mensaje transmitido en el video en contraste con el mensaje de comunicación que se desea transmitir en el video es muy adecuado, y 4.8% de los encuestados considera que es poco adecuado.

## Cambios en Base a Resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del proyecto se sugirió lo siguiente, principalmente por parte de los expertos:

1. Marco con borde: Se quitó el marco de borde verde con transparencia que aparece durante todo el video manteniéndolo solo en momentos clave.

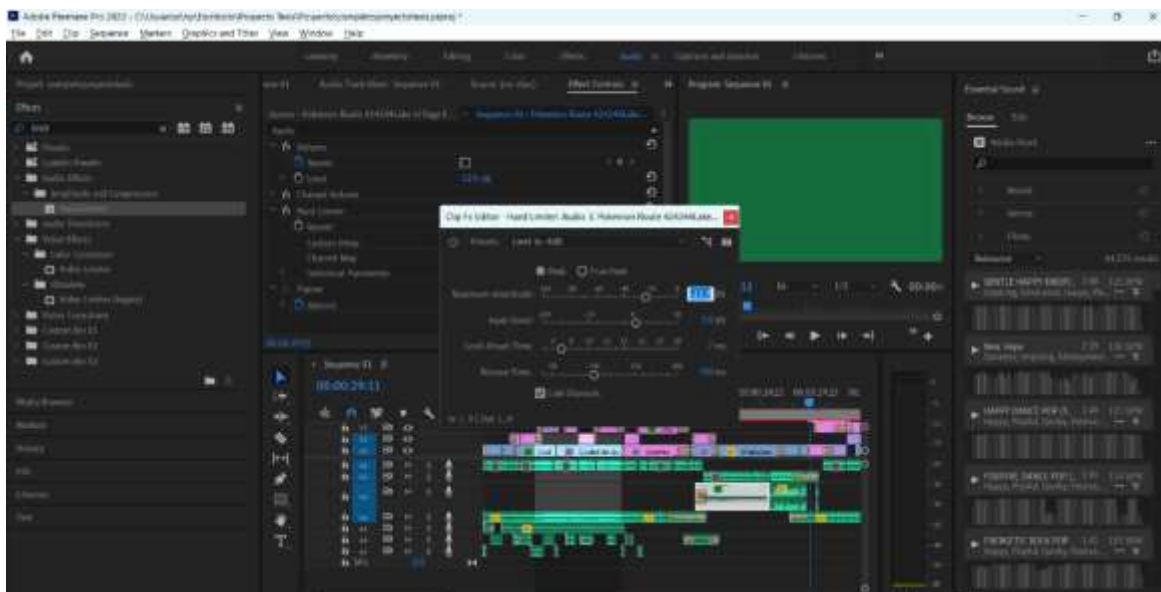
Antes:



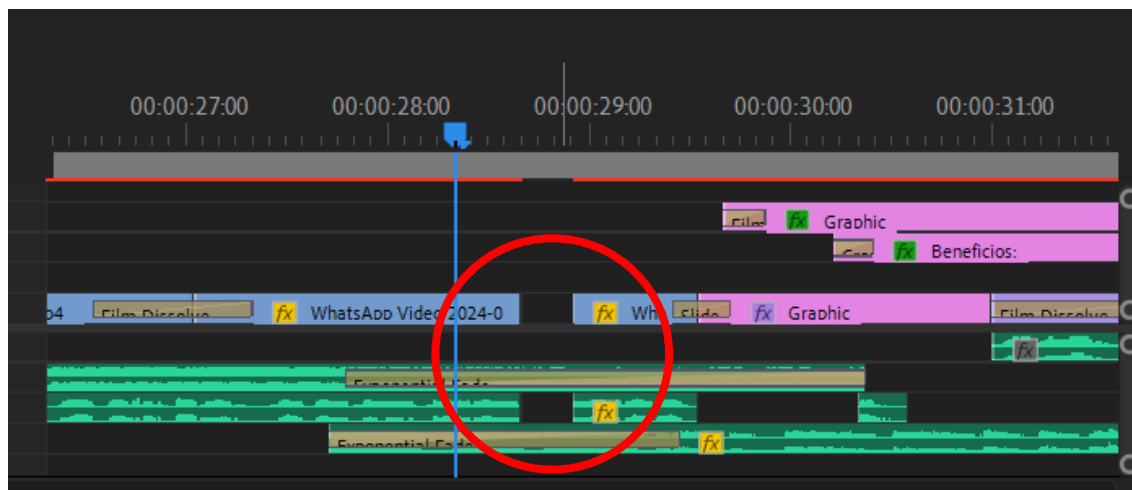
Después:



2. Limitador de audio: Se aplico el efecto de limitador de audio en la música de fondo usada del minuto 0:20 a 0:26, modificando la máxima amplitud posible haciendo que no sobrepase la voz en off.



3. Cambio de voz en off: Se modificó el guion eliminando un segmento de la grabación convirtiendo la frase de “y al conservarlos los beneficios trascienden más A allá” a: “y al conservarlos los beneficios trascienden más allá”.



4. Color de tipografía: Se cambió el color de negro a blanco del porcentaje de la gráfica de pie, para dar mayor visibilidad al mismo y crear un mejor contraste con el fondo, también se aplicó el efecto de sombra al texto y cambió la tipografía a una más sólida.

Antes:



Después:



5. Tomas de relleno: Se usó más material en el bosque, como tomas de niños jugando y disfrutando de la naturaleza para representar mejor la importancia e influencia que tiene el bosque en la vida humana.

Antes:



Después:



6. Cambio de vestimenta: En base a consejos de parte de los expertos se volvieron a grabar algunas tomas con una vestimenta que resalta la presencia del presentador en cámara.

Antes:



Después:



7. Refuerzo de la imagen de marca: Al inicio del video se colocó el logo del residencial, con la finalidad de reforzar la imagen de marca, además que esto permite orientar el mensaje específicamente a los vecinos y hablar directamente del bosque del residencial, para que los vecinos se sientan más identificados.



8. Íconos e ilustraciones consistentes: Con la finalidad de unificar íconos e ilustraciones mostrados en pantalla se modificaron algunos, se eliminaron algunos y se cambiaron aquellos que se mantuvieron en el proyecto.

Antes:



Después:



9. Créditos al presentador: Se agregó un subtítulo en el momento en que sale en pantalla el presentador, con fin de dar créditos e informar al público quien es la persona que presenta la información.

Antes:



Después:



10. Versatilidad de formatos: Con la finalidad de que sea un producto versátil en los diferentes formatos que puede presentarse, se creó versión del mismo video en formato cuadrado 1x1 (1080p x 1080p) adaptada a pantallas verticales y espacios más reducidos.

1080p



1080p

11. Tratamiento imagen estética y color: Se reforzó mediante titulares, fondos y gráficos los colores oficiales de la marca, se trataron a color escenas con colores que no encajan con el proyecto para adaptarlas mejor al grupo objetivo.

Antes:



Después:



12. Transmitir mejor el mensaje: La propuesta preliminar del proyecto presenta de forma narrada el mensaje a transmitir, sin embargo, valerse del diálogo para explicar y dar a entender todo, no captura la atención ni trasciende como cuando el mensaje es la interpretación que la persona hace luego de ver propuesta gráfica.

Con la finalidad de lograr esto se cambiaron algunas explicaciones y narraciones por reportajes noticieros y elementos que permiten mantener un discurso guiado mediante el uso del Story telling.

Antes:



Después:



## **Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final**

## Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Se presenta la propuesta gráfica final de la producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

### Propuesta Gráfica Final Audiovisual

<https://youtu.be/oiJnv9pFda0?si=Heh4syyl8MrP3fTZ>

### Duración

2:37 minutos

### Tamaño

1080px x 1920px

### Código QR de la propuesta final



Propuesta Gráfica Final Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:37 minutos

**TOMA: 1 | Plano General**

**Acción:** Logo del residencial con fondo del bosque desenfocado



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Ciudad de fondo efecto de sonido

**TOMA: 2 | Gran Plano General**

**Acción:** Plano general de la ciudad



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

**TOMA: 3 | Plano General**

**Acción:** Ciudad contaminada seguido de efecto de pausa de video con Motion graphics



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

**TOMA: 4 | Plano General**

**Acción:** Reportajes de periodísticos con la ciudad contaminada de fondo y créditos



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

## Propuesta Gráfica Final Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:37 minutos

### TOMA: 5 | Gran Plano General

**Acción:** Toma cenital de la ciudad y reportaje periodístico con créditos en esquina inferior



**Ubicación:** Interior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA: 6 | Plano General

**Acción:** Reportaje periodístico con tomas de hospitales y médicos y animación de texto



**Ubicación:** Interior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA: 7 | Plano Medio

**Acción:** Reportaje periodístico con tomas de hospitales y médicos y animación de texto



**Ubicación:** Interior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA: 8 | Gran Plano General

**Acción:** Tomas del basurero de la ciudad contaminado y animación de texto



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

## Propuesta Gráfica Final Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:37 minutos

### TOMA: 9 | Plano General

**Acción:** Pano general del bosque al 60% de opacidad y Motion Graphics sobre reportaie



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Ciudad de fondo efecto de sonido

### TOMA: 10 | Motion Graphics

**Acción:** Titular “Que podemos hacer para contratacar”



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Pokémon Route 424344 Lak

### TOMA: 11 | Plano General contrapicado

**Acción:** Texto “Árboles” sobre un plano general contrapicado de un árbol



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

### TOMA: 12 | Plano General

**Acción:** Tomas del bosque con animación de texto “Los bosques son importante”



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2: 37 minutos

|                                                                                                      |                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TOMA: 13   Plano General</b>                                                                      | <b>TOMA: 14   Gran Plano General</b>                                                                 |
| <b>Acción:</b> Cae lluvia sobre pavimento, texto “beneficios” se desvanece                           | <b>Acción:</b> Personas observando la naturaleza                                                     |
|                     |                    |
| <b>Ubicación:</b> Exterior<br><b>Audio:</b> Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music | <b>Ubicación:</b> Exterior<br><b>Audio:</b> Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music |
| <b>TOMA: 15   Plano General contra picado</b>                                                        | <b>TOMA: 16   Gran plano General</b>                                                                 |
| <b>Acción:</b> Vista de cielo y nubes, gráfica que renresenta cambio climático                       | <b>Acción:</b> Ciudad de fondo y aire acondicionado trabajando, gráfica que representa temperatura   |
|                   |                  |
| <b>Ubicación:</b> Exterior<br><b>Audio:</b> Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music | <b>Ubicación:</b> Exterior<br><b>Audio:</b> Toads Factory Mario Kart Wii no copyright Nintendo music |

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2: 37 minutos

|                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>TOMA: 9   Plano General contrapicado</b></p> <p><b>Acción:</b> Vista a casa de lujo rodeada de vegetación</p>  <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Café Paper Mario The Origami King</p> | <p><b>TOMA: 10   Plano Medio</b></p> <p><b>Acción:</b> Presentador mencionando datos con titulares en medio del bosque</p>  <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Café Paper Mario The Origami King</p> |
| <p><b>TOMA: 11   Plano Medio</b></p> <p><b>Acción:</b> Ilustración en gráfica de pie del 54% al 66%</p>  <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Bosque de fondo y rudos naturaleza</p>          | <p><b>TOMA: 12   Gran Plano General</b></p> <p><b>Acción:</b> Texto en pantalla y ciudad de fondo con carros carreteras</p>  <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Ruido de ciudad y tráfico</p>      |

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

### TOMA: 13 | Plano General

**Acción:** Presentador comentando en el bosque



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 14 | Plano General Dolly-In

**Acción:** Ardilla enfocada en una rama, zoom



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 15 | Plano General

**Acción:** Jóvenes y niños jugando y disfrutando del bosque



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

### TOMA: 16 | Plano General

**Acción:** Tirar desechos en el bote de basura adecuado



**Ubicación:** Exterior  
**Audio:** Aves y bosque sonido de fondo

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

**TOMA: 17 | Plano Detalle**

**Acción:** Desperdicio fuera del lugar



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 18 | Plano Detalle**

**Acción:** Persona rastrillando o barriendo hojas secas



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 19 | Plano Detalle**

**Acción:** Manos sembrando una planta



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 20 | Plano Medio**

**Acción:** Toma del bosque y vegetación



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

**TOMA: 20 | Plano General**

**Acción:** Persona rastrillando o barriendo hojas secas



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 21 | Plano General vista gusano**

**Acción:** Persona rastrillando o barriendo hojas secas



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 22 | Plano General**

**Acción:** Zoom plano a una planta en el bosque



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

**TOMA: 23 | Plano General Picado**

**Acción:** Toma del tanque de agua con nombre del residencial



**Ubicación:** Exterior

**Audio:** Café Paper Mario The Origami King

## Continuación del Story Board

**Cliente:** Residencial Bosques de San Nicolás COCODE

**Producto:** Material audiovisual para dar a conocer importancia del bosque interno

**Duración:** 2:05 minutos

| TOMA: 24   Gran Plano General                                                                                                                                                                   |                                                                                    |                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Acción:</b><br/>Gran Plano General del bosque con animación del logo de la residencial aplicación del efecto vanish a las animaciones y blur al plano general, aparece la frase lema.</p> |  | <p><b>Ubicación:</b> Exterior<br/><b>Audio:</b> Café Paper<br/>Mario The Origami King</p> |

## **Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución**

## Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Para respaldar económicamente este proyecto y con el fin de especificar los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos, así como los medios para su reproducción que han sido considerados se presenta el siguiente plan de costos de elaboración, de producción, reproducción, margen de utilidad, agregado de IVA y finalmente el resumen general de costos.

### Plan de Costos de Elaboración

Tomando cuenta que el diseñador gráfico devenga un salario promedio mensual de Q6,000.00 al mes, el pago del día es de Q200.00, lo que se estima en Q25.00 por hora trabajada.

| Descripción                                         | Horas | Costo por hora | Costo     |
|-----------------------------------------------------|-------|----------------|-----------|
| Análisis e identificación de la necesidad de diseño | 5     | Q25.00         | Q125.00   |
| Recopilación de información                         | 12    | Q25.00         | Q300.00   |
| Bocetos iniciales                                   | 3     | Q25.00         | Q75.00    |
| Bocetos intermedios                                 | 20    | Q25.00         | Q500.00   |
| Bocetos finales                                     | 5     | Q25.00         | Q125.00   |
| Total de costos de elaboración                      |       |                | Q1,125.00 |

### Plan de Costos de Producción

Tomando cuenta que el diseñador gráfico devenga un salario promedio mensual de Q6,000.00 al mes, el pago del día es de Q200.00, lo que se estima en Q25.00 por hora trabajada.

| Descripción                                   | Horas | Costo por hora | Costo total |
|-----------------------------------------------|-------|----------------|-------------|
| Preproducción de propuestas gráficas          | 4     | Q25.00         | Q100.00     |
| Producción del material audiovisual           | 9     | Q25.00         | Q225.00     |
| Postproducción                                | 90    | Q25.00         | Q2,250.00   |
| Costos variables de operación (luz, internet) |       |                | Q500.00     |
| Total de costos de elaboración                |       |                | Q3,075.00   |

### Plan de Costos de Reproducción

El material audiovisual no será reproducido de forma física, sino que será entregado de forma digital, por medio de Google Drive o a través de una memoria USB según lo desee el cliente, por este motivo no tendrá costos de reproducción.

### Plan de Costos de Distribución

El material audiovisual será compartido a través de las redes sociales del residencial, por medio de un grupo de WhatsApp y en un grupo de Facebook exclusivo de los vecinos del residencial, además que será presentado en asambleas y juntas de los vecinos a través de un proyector, por esto mismo no representa costos de distribución para el proyecto.

### Margen de Utilidad

Se estima para el presente proyecto un 20% de utilidad sobre los costos.

| Descripción                  | Costo     |
|------------------------------|-----------|
| Total costos de elaboración  | Q1,125.00 |
| Total costos de producción   | Q3,075.00 |
| Total costos de reproducción | 0         |
| Total costos de distribución | 0         |
| Subtotal I                   | Q4,200.00 |
| Margen de Utilidad           | Q840      |

### IVA

Se estima para el presente proyecto un 12% IVA sobre los costos.

| Descripción                  | Costo     |
|------------------------------|-----------|
| Total costos de elaboración  | Q1,125.00 |
| Total costos de producción   | Q3,075.00 |
| Total costos de reproducción | 0         |
| Total costos de distribución | 0         |
| Margen de utilidad (20%)     | Q840.00   |
| Subtotal II                  | Q5,040.00 |
| IVA (12%)                    | Q604.80   |

### Cuadro con Resumen General de Costos

En el cuadro se presenta el total general que representa el costo total de la elaboración y distribución del material audiovisual para Bosques de San Nicolás.

| Descripción                  | Costo            |
|------------------------------|------------------|
| Total costos de elaboración  | Q1,125.00        |
| Total costos de producción   | Q3,075.00        |
| Total costos de reproducción | 0                |
| Total costos de distribución | 0                |
| Primer subtotal              | Q4,200.00        |
| Margen de utilidad (20%)     | Q840.00          |
| Segundo subtotal             | Q5,040.00        |
| IVA (12%)                    | Q604.80          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>Q5,644.80</b> |

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Partiendo de la realización de este proyecto se puede rectificar la necesidad que existía, así como la factibilidad de producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial Bosques de San Nicolás.

Para comprender las necesidades de comunicación a solucionar fue necesaria la recopilación de toda aquella información importante relacionada con Bosques de San Nicolás, proceso que fue realizado a través de un brief proporcionado por el cliente.

Además, el proceso de investigación de conceptos, términos y tendencias en sitios web permitió respaldar el desarrollo del proyecto lo que concluyó en un material audiovisual para vecinos de Bosques de San Nicolás efectivo y completo respecto a lo que se desea comunicar.

Fue completamente necesario filmar dentro y fuera del bosque el material audiovisual para la realización del proyecto, este material filmado, incluido en el proyecto forma parte de una referencia visual a los vecinos en Bosques de San Nicolás en la explicación y concientización de la importancia de la preservación del mismo.

## **Recomendaciones**

Compartir el material audiovisual a través de los medios digitales oficiales del residencial, específicamente los respectivos grupos en redes sociales, para que los vecinos de Bosques de San Nicolás tengan a su disposición el video para su visualización.

Presentar el material audiovisual en las diferentes asambleas, reuniones y eventos que la junta directiva convoque y agregarlo al conjunto de documentos y elementos básicos a presentar en juntas y reuniones del residencial.

De las diferentes versiones y tamaños del material audiovisual que fueron compartidas, usar el formato y tamaño adecuado, que mejor se adapta al espacio, lugar o medio digital en el que se presenta.

Revisar, modificar o actualizar el material audiovisual, anualmente o cuando se produzcan cambios que desactualizan lo dicho en el mismo, esto para mantener a los vecinos del residencial informados sobre los proyectos u obras que se pudieran llegar a realizar dentro del bosque interno.

Designar una persona adecuada y capaz de la realización de cambios, mantenimiento o actualización del material audiovisual, que continúe con la misma identidad gráfica y visual al momento de la realización de dichos cambios.

## **Capítulo XII: Conocimientos Generales**

## Capítulo XII: Conocimientos Generales



## **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografía

#### D

Deci Edward and Richard Ryan (1985) “Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior” University of Rochester

Deci Edward and Richard Ryan (2002) “The Handbook of Self-Determination Research” University of Rochester

Deci Edward and Richard Ryan (2017) “Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness” The Guilford Press

Deci Edward and Richard Flaste (2024) “Why We Do What We Do: Understanding Self-Motivation” Penguin Publishing Group

#### G

Giblett Rod & Juha Tolonen, (18 abril 2013). Photography and Landscape. Intellect Books

Gibson James J. (1950) Ground theory of space perception. Houghton Mifflin Co

Gibson, James J. (1968). What gives rise to the perception of motion? Psychological Review

Gibson James J. (1979) The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition. Psychology Press, 1986

#### S

Sandoval, César (2022), Bosques Tesis Serie Perfil Ambiental de Guatemala. Grupo de Editoriales Universitarias AUSJAL, Universidad Rafael Landívar de Guatemala

## E-grafía

### A

Aktios, (17 mayo 2023) “El Design Thinking: Una forma distinta de pensar y hacer”, Recuperado de: <https://www.aktios.com/es/insights/el-design-thinking-una-forma-distinta-de-pensar-y-hacer>

### B

Booking Ninjas, Diamond Chidiogo Okeke, (31 enero 2024) “¿Qué es una propiedad residencial? Tipos, características y ventajas”, Recuperado de: <https://www.bookingninjas.com/es/blog/qu%C3%A9-es-una-propiedad-residencial-tipos-caracter%C3%ADsticas-y-ventajas>

### C

Centro de Estudios Antropológico Universidad Nacional de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, (2014) “La Antropología”, Recuperado de: <https://www.politicas.unam.mx/cea/?p=1#:~:text=La%20antropolog%C3%ADa%20estudia%20a%20la,interacci%C3%B3n%20social%20que%20ha%20creado>

Centro de Investigación Ecológica y Aplicaciones Forestales CREAF, Couto Antelo, Verónica, Campus de Bellaterra (UAB) (07 agosto 2024), Recuperado de: <https://www.creaf.cat/es/articulos/que-es-un-bosque-urbano#:~:text=Un%20bosque%20urbano%20es%20un,tambi%C3%A9n%20tienen%20otros%20muchos%20beneficios>

Cine documental ISSN, Cowie Elizabeth, (2014) “El espectáculo de los hechos y el deseo de realidad”, Recuperado de: <https://revista.cinedocumental.com.ar/el-espectaculo-de-los-hechos-y-el-deseo-de-realidad/#:~:text=El%20documental%20es%20un%20relato,como%20personajes%20en%20una%20ficci%C3%B3n>

## D

Definicion de, (2021), “Definición de Diseño”, Recuperado de:

<https://definicion.de/disenio/#:~:text=Del%20italiano%20disegno%2C%20la%20palabra,sus%20l%C3%ADneas%2C%20forma%20y%20funcionalidades>

Definicion de, (2021), “Definición de Mensaje”, Recuperado de: <https://definicion.de/mensaje/>

Domestika, Constant, Ingrid, (s.f.) “Motion graphics: ¿qué es y para qué sirve?”, Recuperado de: <https://www.domestika.org/es/blog/4241-motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve>

## E

Earth Share, (6 de abril de 2022), “¿Por qué es importante la biología de la conservación para los humanos?”, Recuperado de: <https://www.earthshare.org/es/why-is-conservation-biology-important-to-humans/#:~:text=La%20biolog%C3%ADa%20de%20la%20conservaci%C3%B3n%20es%20el%20estudio%20de%20la,en%20todo%20el%20mundo%20natural>

Ecología Verde, Juste, Irene (21 marzo 2022), “Tipos de bosques”, Recuperado de:

[https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-bosques-2037.html#anchor\\_1](https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-bosques-2037.html#anchor_1)

Enciclopedia Concepto, Editorial Etecé (2013) “Concepto de Fotografía”, Recuperado de:

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

Enciclopedia Concepto, Editorial Etecé (s.f.) “Concepto de Semiología”, Recuperado de:

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

Enciclopedia Humanidades, Editorial Etecé (2016) “Ecología”, Recuperado de:

<https://humanidades.com/ecologia/>

Enciclopedia Significados, Delgado Isabel, (2023), “Comunicación”, Recuperado de:

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

## F

Free Content, (18 marzo de 2021), “¿Qué es el material audiovisual? + ejemplos”, Recuperado

de: [https://www.ipp.edu.pe/blog/material-](https://www.ipp.edu.pe/blog/material-audiovisual/#:~:text=El%20material%20audiovisual%20suele%20ser,de%20contenido%20entre%20los%20trabajadores)

[audiovisual/#:~:text=El%20material%20audiovisual%20suele%20ser,de%20contenido%20entre%20los%20trabajadores](https://www.ipp.edu.pe/blog/material-audiovisual/#:~:text=El%20material%20audiovisual%20suele%20ser,de%20contenido%20entre%20los%20trabajadores)

## I

Instituto Nacional de Estadística, (s.f.) “Concepto seleccionado: Protección del medio ambiente”,

Recuperado de: <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4649>

Ionos equipo editorial, IONOS.inc, (20 octubre 2023), “¿Qué es el público objetivo en

marketing? Definición y tipos”, Recuperado de: [https://www.ionos.com/es-](https://www.ionos.com/es-us/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-el-publico-objetivo/)

[us/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-el-publico-objetivo/](https://www.ionos.com/es-us/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-el-publico-objetivo/)

## M

Martínez Canelo, Miriam, Profile, (2022) “7 Tendencias tipográficas para el 2023”, Recuperado de: <https://profile.es/blog/tendencias-tipograficas/>

## R

Real Academia Española, (2023), “Diccionario de la lengua española importancia”, Recuperado de: <https://dle.rae.es/importancia>

Real Academia Española, (2023), “Diccionario de la lengua española producción”, Recuperado de: <https://dle.rae.es/producir?m=form>

Real Academia Española, (2023), “Diccionario de la lengua española vecino”, Recuperado de: <https://dle.rae.es/vecino>

## S

Software DELSOL, Team System System SdelSol, (s.f.) “Glosario, Medios de comunicación”, Recuperado de: <https://www.sdelsol.com/glosario/medios-de-comunicacion/>

## T

Tecnología Q-NEX, Q-NEX, (31 mayo 2024), “¿Qué es la comunicación audiovisual?”, Recuperado de: <https://qnextech.com/es/blog/what-is-audio-visual-communication/#h1-the-core-elements-of-audio-visual-communication>

Toulouse Lautrec: Escuela de diseño, Toulouselautre, (26 enero 2021), “¿Qué es la cinematografía y en qué consiste?”, Recuperado de: <https://www.toulouselautre.edu.pe/blogs/que-es-cinematografia#:~:text=La%20cinematograf%C3%ADa%20es%20el%20arte,pe%C3%ADcula%20o%20programa%20de%20televisi%C3%B3n>

P

PAO PÉREZ, Pérez Paola, (2021) “Las tipografías y su personalidad ¿Qué transmite cada una?”,

Recuperado de: <https://paoperez.com/tipografias-personalidad-transmite/#:~:text=Sans%20Serif,%2C%20fuerza%2C%20dinamismo%2C%20minimalismo>

Pikocharat, López Besa, Anna, (16 noviembre 2023), “Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico”, Recuperado de:

<https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20es%20el,atraer%20a%20tu%20cliente%20ideal>

Planeta Formación y Universidades, The Core Escuela Superior de Artes Visuales, (s.f.) “¿Qué es una producción audiovisual? ¿Qué tipo de producciones hay?”, Recuperado de:

<https://www.thecoreschool.com/blog/que-es-una-produccion-audiovisual-exactamente-y-que-tipo-de-producciones-hay/>

Psicología Online, Carevic Johnson, Marjorie (7 marzo 2018) “Teoría de la creatividad”,

Recuperado de: <https://www.psicologia-online.com/teoria-de-la-creatividad-2607.html>

Psicología Online, Equipo editorial, (21 febrero 2018) “Concepto y teorías de la Motivación”

<https://www.psicologia-online.com/concepto-y-teorias-de-la-motivacion-814.html>

U

Universidad de Guayaquil, Mi SciELO, Barros Bastida, Carlos MSc. Barros Morales Rusvel

MSc. Revista Universidad y Sociedad (octubre de 2015), “Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis” Recuperado de:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202015000300005#:~:text=Los%20medios%20audiovisuales%20son%20reconocidos,sirven%20para%20comunicar%20mensajes%20espec%C3%ADficos](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005#:~:text=Los%20medios%20audiovisuales%20son%20reconocidos,sirven%20para%20comunicar%20mensajes%20espec%C3%ADficos)

Universidad de Palermo Facultad de Negocios, (s.f.) “El Storytelling, el arte de contar historias con efectividad”, Recuperado de: <https://www.palermo.edu/negocios/que-es-el-storytelling.html>

Universidad del Valle de Puebla, UVP BLOG, (s.f.) “Animación”, Recuperado de: <https://uvp.mx/uvpblog/animacion/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20animaci%C3%B3n%3F,proceso%20como%20un%20movimiento%20real>

Universidad Europea, Universidad Europea Creative Campus, (s.f.) “¿Qué es la animación digital?”, Recuperado de: <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/que-es-animacion-digital/>

Universidad Internacional de La Rioja, UNIR Revista, (s.f.) “La Psicología estudia y analiza la mente humana para solucionar patologías emocionales, mentales, sociales o problemas de aprendizaje.” (s.f.) Recuperado de: <https://www.unir.net/revista/salud/que-es-psicologia-que-estudia/>

## **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo 1: Brief del cliente

# Brief

#### Datos del estudiante

|                       |                                                                                                                                                                 |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del estudiante | Pablo Daniel Estrada Chanchavac                                                                                                                                 |
| No de Carné           | 21000690                                                                                                                                                        |
| Teléfono              | 53398156                                                                                                                                                        |
| E-mail                | pablo.estrada@galileo.edu                                                                                                                                       |
| Proyecto              | Producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolas. |

#### Datos del cliente

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empresa                  | Residencial Bosques de San Nicolás Consejo Comunitario de Desarrollo COCODE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Nombre del cliente       | German Sandoval – presidente del consejo comunitario de desarrollo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Teléfono                 | 24343936                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| E-mail                   | cocodebsn@gmail.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Antecedentes             | <p>El consejo comunitario de desarrollo en Bosques de San Nicolás a organizado y administrado las funciones de prestación de servicios, seguridad y limpieza dentro de la colonia.</p> <p>El residencial por su parte ha sido un área llena de ambientes naturales y verdes. Sin embargo, tras la urbanización de esta zona muchas áreas verdes se han perdido.</p> <p>Con el fin de preservarla residencial bosque de San Nicolas ha hecho esfuerzos por mantenerla bien cuidada, sin embargo, muchos vecinos y visitantes no tienen ese mismo sentir.</p> |
| Oportunidad identificada | Ante la necesidad existente de motivar a los vecinos a cuidar el bosque se identificó que se puede transmitir ese sentir y demostrar la importancia del cuidado al bosque en esta zona urbana a través de un material audiovisual.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## Brief del cliente anexo 1

**Datos de la empresa**

|                                       |                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Misión                                | Respeto del reglamento normativo para regular las actividades y acciones que conlleven a la buena convivencia entre vecinos residentes y propietarios en Residencial Bosques de San Nicolás.                         |
| Visión                                | Una comunidad de vecinos, residentes y propietarios del residencial bosque de San Nicolas administrada por el consejo comunitario de desarrollo que promueva el respeto y la buena convivencia.                      |
| Delimitación geográfica               | Zona de Mixco Guatemala. Desde la 8va calle y 19 avenida hasta 10ma calle y 38 avenida en zona 4 de Mixco de Guatemala, Guatemala, en Residencial Bosques de San Nicolas - Aproximadamente 2.8 kilómetros cuadrados. |
| Grupo objetivo                        | Familias y personas que buscan residencia cerca de zona 4 Mixco, y vecinos de Bosques de San Nicolás familias con un estilo de vida activo o tranquilo.                                                              |
| Principal beneficio al Grupo Objetivo | Administración y distribución de servicios básicos de vivienda y cuidado de las calles, parques y espacios cercanos a los hogares de los vecinos.                                                                    |
| Competencia                           | No hay competencia directa sin embargo los propios vecinos pueden ser una competencia indirecta, así como otros residenciales o edificios de apartamentos en la zona cercana.                                        |
| Posicionamiento                       | Residenciales Bosques de San Nicolás es una zona reconocida de viviendas en zona 4 de Mixco, está bien ubicada y es reconocido por la mayoría de vecinos en este sector.                                             |
| Factores de diferenciación            | El principal atractivo que se encuentra en esta colonia es el bosque urbano interno, y la junta directiva se ha esforzado por darlo a conocer como una ventaja a los bosques.                                        |
| Objetivo de mercado                   | Darse a conocer entre vecinos, familias y personas cercanas a la zona 4 Mixco en quienes ven una oportunidad de crecimiento y desarrollo.                                                                            |
| Objetivo de comunicación              | Mostrarse como una comunidad preocupada por el bienestar, seguridad y desarrollo de la comunidad.                                                                                                                    |
| Mensaje clave a comunicar             | Somos comunidad segura, limpia y en constante desarrollo.                                                                                                                                                            |
| Estrategia de comunicación            | Mostrar los valores, intereses y ambiciones del consejo de desarrollo a los vecinos de la comunidad en asambleas, juntas, documentos y redes sociales.                                                               |

Brief del cliente anexo 1

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Reto del diseñador    | Producir un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolas.                                                                                                                                       |
| Trascendencia         | Se disminuirá la falta de conocimiento sobre la importancia que tiene el bosque urbano dentro del residencial, se crea conciencia en el cuidado de estas áreas verdes y bosques que están ubicados entre en la ciudad y se informa a los vecinos que mediadas tomar para amplificar la conservación |
| Materiales a realizar | Producción de material audiovisual en formato horizontal, video para YouTube.                                                                                                                                                                                                                       |
| Presupuesto           | Q5,650.00                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Datos de la imagen gráfica

|            |                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Logotipo   |                                          |
| Colores    | <div><div></div> #018316</div> <div><div></div> #146a3d</div> <div><div></div> #77a101</div> <div><div></div> #c0950b</div> |
| Tipografía | <b>Mahameru W05</b><br><b>Semi Bold</b>                                                                                     |

Fecha: 12 de junio de 2024

## Anexo 2: Tabla de Niveles socioeconómicos

|                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                 |                                                                                                  |                                                                                                    |                                                                       |                                                           |                                 |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Tabla Niveles Socio Económicos</b><br><b>Actualización 2018</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                 |                                                                                                  |                                                                                                    |                                                                       |                                                           |                                 |
|                                                                    | 1.80%                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  | 35.40%                                                                                                                                          |                                                                                                  |                                                                                                    | 62.80%                                                                |                                                           |                                 |
|                                                                    | 0.70%                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1.10%                                                                                                                                                                                                                                                            | 5.9                                                                                                                                             | 11.60%                                                                                           | 17.90%                                                                                             | 50.70%                                                                | 12.10%                                                    | Indeterminado                   |
| <b>CARACTERÍSTICAS</b>                                             | <b>NIVEL A</b>                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>NIVEL B</b>                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>NIVEL C1</b>                                                                                                                                 | <b>NIVEL C2</b>                                                                                  | <b>NIVEL C3</b>                                                                                    | <b>NIVEL D1</b>                                                       | <b>NIVEL D2</b>                                           | <b>NIVEL E</b>                  |
| <b>Ingresos</b>                                                    | + 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                   |
| <b>Educación padres</b>                                            | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado                                                                                                                                                                                                                              | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado                                                                                                                                                                                                                      | Superior, Licenciatura,                                                                                                                         | Superior, Licenciatura,                                                                          | Licenciatura                                                                                       | Media completa                                                        | Primaria completa                                         | Sin estudios                    |
| <b>Educación hijos</b>                                             | 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                    |
| <b>Desempeño</b>                                                   | 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 |
| <b>Vivienda</b>                                                    | Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos                                                                                                            | 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 vehículos                                                                                          | Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos                    | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos | 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    |
| <b>Otras propiedades</b>                                           | Fincas, casas de decanazo en lagos, mar, Antigua, con comodidades                                                                                                                                                                                                        | Sitios/terrenos condominios cerca de costas                                                                                                                                                                                                                      | Sitios/terrenos interior por herencias                                                                                                          |                                                                                                  |                                                                                                    |                                                                       |                                                           |                                 |
| <b>Personal de servicio</b>                                        | 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                                                                                           |                                                                       |                                                           |                                 |
| <b>Servicios financieros</b>                                       | 3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC inf, Seguros y ctas en US\$                                                                                                                                                                                               | 2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC inf, Seguros y ctas en US\$                                                                                                                                                                                       | 1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC inf, Seguro colectivo salud                                                                  | 1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local                                                          | 1 cta Q ahorro, TC local                                                                           | cta Q ahorro                                                          |                                                           |                                 |
| <b>Posesiones</b>                                                  | Aulos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuaticas, moto, helicóptero-avion avioneta                                                                                                                                                         | Aulos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto                                                                                                                                                                                                 | Aulos 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                                                     |                                                           |                                 |
| <b>Bienes de comodidad</b>                                         | 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.          |
| <b>Diversión</b>                                                   | 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, estado                                                                 | CC, parques, estado                                                   | Parques                                                   |                                 |

**Anexo 3: Investigación Tendencias que sustentan el proyecto**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Tendencias que sustentan el proyecto: “Producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos de Bosques de San Nicolás la importancia del cuidado de su bosque urbano interno”**

**Pablo Daniel Estrada Chanchavac 21000690**

**Guatemala, 12 de junio de 2024**

Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### **Introducción**

Este trabajo de investigación surge del contexto dentro del desarrollo de un proyecto enfocado en dar a conocer a vecinos en el residencial bosque de san Nicolás la importancia del cuidado de su bosque urbano interno, es así que surgió la necesidad de encontrar un conjunto de tendencias adecuadas y óptimas para implementar en el proyecto.

El adaptar tendencias permite desarrollar mejor el proyecto y enfocarlo de mejor forma, es por esto que esta investigación proveerá un sustento y base sólida en la cual fundamentar las decisiones en cuanto a la elección de tendencias a implementar en el proyecto además de sustentar la razón del porqué implementarlas y demostrar su importancia en el desarrollo del mismo.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### **Tendencias en el Diseño Gráfico**

Dentro de la comunicación visual/gráfica que todo ser humano tiene al entender señales, segmentos, colores, conjuntos y lenguajes no verbales que forman parte de la comunicación semiótica natural de los humanos, se caracterizan a las personas por seguir una línea en común y tener una propensión o inclinación a diferentes elementos de comunicación específicos.

Dentro de estos “patrones” de elementos visuales a los que se está acostumbrado y a los cuales se está propenso a usar dentro de la comunicación gráfica, se caracterizan estilos visuales muy específicos que emergen y evolucionan en la industria del diseño en un período de tiempo determinado.

Estos reflejan cambios en la estética, la tecnología, las preferencias del consumidor y las influencias culturales.

El desarrollo de estos patrones de comportamiento dentro de la comunicación, crea estrategias específicas que funcionan en grupos objetivos, en tiempos definidos y que transmiten los mensajes de formas efectivas. Estos patrones son denominados “tendencias”.

### **Importancia de las Tendencias**

Dentro de los procesos de comunicación que un profesional debe cumplir para efectuar una comunicación completa, está el entender a profundidad las necesidades, anhelos y sentimientos del grupo objetivo. Al dar uso de las tendencias se pueden tomar decisiones de comunicación basadas en datos reales.

Esto permite aprovechar los recursos sabiamente y darles el uso adecuado para obtener el máximo potencial.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

Dentro de los múltiples beneficios se puede encontrar:

- Entender y predecir las reacciones del público objetivo al producto y ejemplificar como estas reacciones pueden ser una ayuda útil o perjudicial para la comunicación del mensaje deseado
- Adaptar las estrategias de comunicación en base a los análisis a dichas tendencias
- Aprovechar la información valiosa que brinda sobre lo que el público objetivo piensa, siente y refleja en cada momento
- Comprender mejor la evaluación de las necesidades de comunicación requeridas para la realización y desarrollo de proyecto.

El uso de tendencias dentro de la realización de proyectos ha resultado de mucha utilidad, según datos proporcionados por *Linearity GmbH*, alrededor de un 80% de los diseñadores prefieren usar las tendencias en el proceso de producción de sus proyectos. Esto y otros datos



Infografía realizada por Pablo Estrada, con información obtenida de Linearity GmbH, “180

Graphic Design Statistics: Design technology and emerging trends” por Monique Solomons.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### **Tendencias Utilizadas en el Proyecto**

El objetivo principal de esta investigación para el proyecto es encontrar esas “tendencias” que se adaptan de la mejor forma. Teniendo esto en mente se logró encontrar un conjunto de tendencias adecuadas que complementan y dan estructura al proyecto.

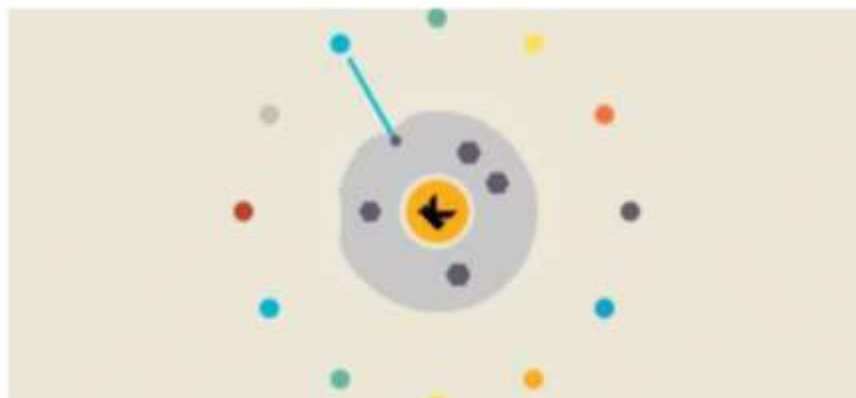
Principalmente ayudan a facilitar el proceso de comunicación en el proyecto.

A continuación, se detallan las cuatro principales tendencias encontradas que compactan el proyecto y serán utilizadas para complementar el proceso de comunicación semiótica.

#### **1. Motion Graphics**

Los Motion Graphics son animaciones digitales que crean la ilusión de movimiento o rotación, a menudo combinadas con audio en proyectos multimedia. El término se usa para distinguir gráficos estáticos de aquellos que cambian con el tiempo, y se aplica especialmente a la animación comercial en video, cine, televisión y aplicaciones interactivas.

Un ejemplo que podemos encontrar de uso de esta tendencia es con la empresa Krow quienes crearon una animación informativa para explicar los servicios que tiene, dentro de ellos analizar los CVs para ayudar a los usuarios a encontrar el trabajo perfecto.



Fotograma del video de la empresa Krow, donde se visualiza en uso de Motion graphics.

Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

## 2. Fotografía Paisajística

La fotografía de paisaje se enfoca en capturar la belleza del entorno natural en imágenes, ya sea en majestuosas montañas, tranquilos valles o incluso en lo extraordinario de lo cotidiano.

Es el arte de reflejar la esencia del entorno a través de la cámara. Desde una bulliciosa ciudad hasta un apacible prado, este tipo de fotografía invita a descubrir y compartir la diversidad y hermosura del mundo.

A continuación, se puede observar el uso de esta tendencia dentro de la publicidad para la marca EZGO quienes fotografiaron uno de sus productos y lo publicitaron usando esta tendencia.



Fotografía de la marca EZGO para promocionar sus carritos de golf.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

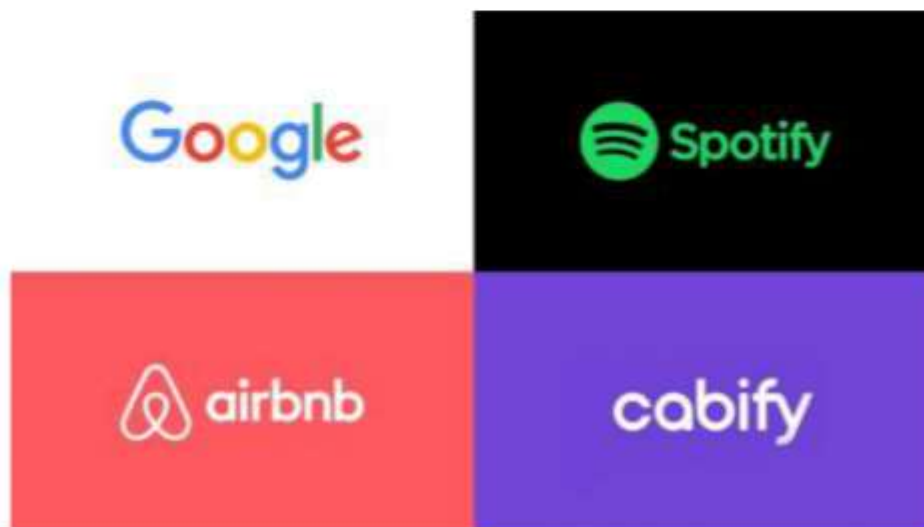
### 3. Tipografía Sin Serifa

Las tipografías “palo seco” mayormente conocidas como tipografías Sin Serifa son un tipo de fuente sin adornos en los extremos de las letras, a diferencia de las tipografías con serifas (serif), que tienen pequeños trazos decorativos en sus bordes.

Son ampliamente usadas como una tendencia de diseño moderno, principalmente por:

- Su diseño moderno y limpio: Las tipografías de palo seco suelen tener un diseño minimalista y sin adornos, lo que las hace parecer más actuales y fáciles de leer.
- Una ventaja en pantallas pequeñas: En dispositivos con resoluciones bajas o pantallas pequeñas, las tipografías con serifas pueden parecer borrosas o distorsionadas debido a sus detalles decorativos. Por esta razón, las fuentes de palo seco son preferidas para la lectura en pantallas, ya que son más legibles.

Estas tipografías para branding son altamente funcionales y legibles, lo que las hace ideales para marcas digitales e internacionales como Spotify, Google y Cabify. Su diseño minimalista y universal facilita la comunicación en diversos contextos culturales y lingüísticos.



Ejemplos de marcas internacionales que aprovechan los beneficios de tipografías sin serifa.

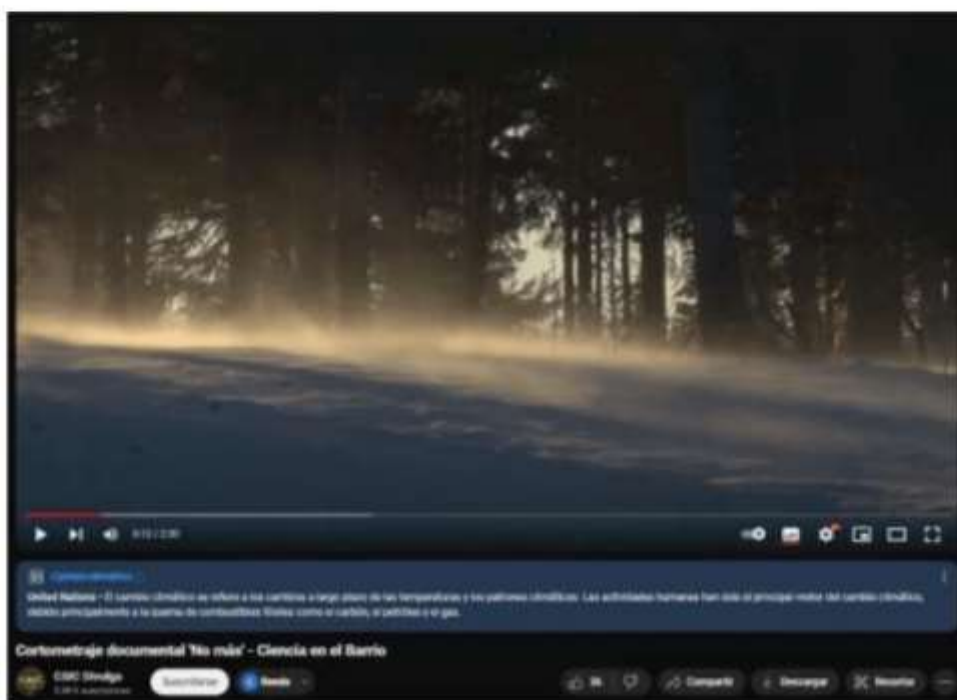
## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

#### 4. Video Documental

Un video documental es una producción audiovisual que representa la realidad de manera no ficticia. Utiliza material auténtico y actual, como grabaciones de eventos en vivo, entrevistas y estadísticas, para explorar un tema específico. Su enfoque está basado en hechos verificables, lo que le otorga credibilidad y conexión con la realidad.

El objetivo principal de un documental es abordar temas sociales relevantes que interesen o impacten a la audiencia. A través de la información y la reflexión, busca generar conciencia y, en muchos casos, motivar al espectador a tomar acción sobre el tema tratado.

Podemos encontrar varios ejemplos de el uso de esta tendencia entre los cuales vemos el video “Cortometraje documental 'No más' - Ciencia en el Barrio” de CISC Divulga, un cortometraje creado con el fin de concientizar acerca del cuidado del planeta y los peligros del cambio climático para la humanidad.



Captura de pantalla del “Cortometraje documental 'No más' - Ciencia en el Barrio” de CISC Divulga.

Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### **Conclusiones**

A través de esta investigación se pudo confirmar la importancia y necesidad de usar tendencias actuales en la realización del proyecto producción de un material audiovisual para dará conocer a los vecinos del residencial Bosques de San Nicolas la importancia del cuidado de su bosque urbano interno.

Se determinó métodos y formas de aplicación de algunas tendencias y se escogió 4 tendencias principales las cuales servirán de apoyo dentro de la producción del material audiovisual. Estas son motion graphics, fotografía paisajista, uso de tipografías sin serifa y el cortometraje documental.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### **Recomendaciones**

- Aplicar las 4 tendencias seleccionadas enfocando cada una de ellas en complementar correctamente el proyecto, siguiendo los objetivos y metas planteadas para el mismo, de no hacerlo de esta forma, el proyecto puede tomar un rumbo distinto al objetivo planteado y ser más confuso.
- Estudiar a medida como se puede integrar las tendencias seleccionadas en el proceso de producción para que estén perfectamente ubicadas en el proyecto en la propuesta final.
- Crear distintas propuestas al momento de usar las tendencias y escoger la que mejor se adecue al proyecto.
- Validar las tendencias utilizadas en el proyecto con expertos para tener una versión profesional y óptima de el uso de cada una.

## Investigación Tendencias que sustentan el proyecto anexo 3

### Referencias

#### A

Anish Goel, ACUCITY Knowledge Partners (septiembre 2023), “The importance of mastering market trend analysis”, Recuperado de:

<https://www.acuitykp.com/blog/the-importance-of-mastering-market-trend-analysis/>

#### E

European Master-Certification (noviembre 2023) “The importance of trends” Recuperado de: <https://www.europeanmastercertification.com/blog/the-importance-of-trends>

#### J

Jessica, Freepick Blog, (marzo de 2024) “La guía definitiva de la fotografía de paisaje: consejos y tipos”, Recuperado de: <https://www.freepik.com/blog/es/fotografia-paisaje/>

Juan Guimeno, Digitalmenta, (mayo 2024) “Tipografías corporativas: cómo elegir la voz visual de tu marca” Recuperado de: <https://www.digitalmenta.com/blog/como-elegir-tipografias-corporativas/>

Juan Manuel, Koncepto Motion Design y Animación (marzo de 2021) “17 Extraordinarios Ejemplos de Motion Graphics” Recuperado de: <https://koncep.to/motion-graphics/17-ejemplos-de-motion-graphics/>

#### M

Monique Solomons, Linearity GmbH (agosto de 2023) “180 graphic design statistics: design technology and emerging trends” Recuperado de: <https://www.linearity.io/blog/graphic-design-statistics/>

## Anexo 4: Cotización Intelaf



**manhattan**

Mini Lector Y Grabadora Externa Manhattan 101981 USB 3.0 24 En 1

|               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Precio normal | Beneficio Efectivo / ACH |
| Q83           | Q80                      |

\* Precio sujeto a cambios.

[Comprar ahora!](#)

[Compartir producto](#)
[Añadir a favoritos](#)

3 Meses de garantía  
 Código Intelaf: lecmemex-mh-981  
 MPN: 101981  
 Productos parecidos a Lector De Memoria Externa  
 Última actualización de inventario en línea: 6/12/2024 a las 23:18

## Anexo 5: Cotización Max

**MAX** Buscar...

Tu ubicación: Guatemala,...

Mi cuenta Carrito

Menú | Ofertas | Marcos | Tiendas | Catálogo | Puntos MAX | Bajas MAX | Viajes MAX

[Rastrear pedido](#)



Marca [Kingston](#) - Vendedor: [MAX](#)

**MEMORIA USB KINGSTON 128GB USB3.2 GEN 1 EXODIA NEGRO/AMARILLO**

+ Disponible - SKU: CH4TKNG13

**Q95.<sup>00</sup>**

[Agregar al carrito](#)

VISA   

Divide tu compra con tus tarjetas de crédito Visa o Mastercard de cualquier banco local, excepto tarjetas BAC.

## Anexo 6: Encuesta de Validación Digital



### Encuesta de validación de Proyecto de Graduación

- *Universidad Galileo*
- *Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM*
- *Licenciatura en Comunicación y Diseño*
- *Proyecto de Graduación*
- *Pablo Daniel Estrada Chanchavac - 21000690*

estradapablo001@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



 No compartido

#### ***Tema de proyecto***

***Producción de material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolas, Guatemala***

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

### Antecedentes

*Residencial Bosques de San Nicolas no cuentan un material audiovisual para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en el residencial.*

*Con la producción y publicación de este material audiovisual se disminuirá la falta de conocimiento sobre la importancia que tiene el bosque urbano interno, se crea conciencia en el cuidado de estas áreas verdes y se informa a los vecinos que medidas tomar para amplificar la conservación del mismo.*

### Propuesta de material audiovisual (porfavor ver el video)



**Enlace del video:** <https://youtu.be/r987112zFow?si=O9vBMqoi9m2CbAr3>

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

Sección 2 de 5

Información General

✕

⋮

Descripción (opcional)

Perfil \*

☐ Experto

☐ Cliente

☐ Grupo Objetivo

Edad \*

Texto de respuesta breve

Género \*

☐ Femenino

☐ Masculino

Nombre y apellido \*

Texto de respuesta breve

Profesión

Texto de respuesta breve

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

Sección 3 de 5

**Parte Objetiva**

⌵⋮

Descripción (opcional)

*¿Considera necesaria la producción de un material audiovisual (video) para dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque urbano interno en residencial Bosques de San Nicolás?* \*

☐ Si

☐ No

*¿Considera necesario recopilar información necesaria de Bosques de San Nicolás para comprender la necesidad de comunicación a solucionar?* \*

☐ Si

☐ No

*¿Considera necesario investigar conceptos, términos y tendencias en para respaldarse durante la producción del material audiovisual?* \*

☐ Si

☐ No

*¿Considera necesario filmar dentro y fuera del bosque el material necesario y útil para la realización del proyecto?* \*

☐ Si

☐ No

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

## Sección 4 de 5

## Parte semiológica



Descripción (opcional)

Considera que el uso de **efectos gráficos y efectos de transición** de video es: \*

- ☐ Muy adecuado
- ☐ Poco adecuado
- ☐ Nada adecuado

Considera que el uso de **animaciones de texto** y titulares es: \*

- ☐ Muy adecuado
- ☐ Poco adecuado
- ☐ Nada adecuado

Considera que los **colores y estética** general que transmite el video es: \*

- ☐ Muy adecuada
- ☐ Poco adecuada
- ☐ Nada adecuada

Considera que el uso de ilustraciones, iconografía, **gráficas y elementos visuales** es: \*

- ☐ Muy adecuados
- ☐ Poco adecuados
- ☐ Nada adecuados

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

Sección 5 de 5

Parte operativa

Descripción (opcional)

Considera que la **duración** del video es: \*

☐ Muy adecuada

☐ Poco adecuada

☐ Nada adecuada

Considera que el formato de **orientación horizontal** es: \*

☐ Muy adecuada

☐ Poco adecuada

☐ Nada adecuada

## Encuesta de Validación Digital anexo 6

Considera que el **audio y los efectos** de sonido usados en el video son: \*

- ☐ Muy adecuados
- ☐ Poco adecuados
- ☐ Nada adecuados

Considera que la **música** y volumen de la misma usada en el video es: \*

- ☐ Muy adecuada
- ☐ Poco adecuada
- ☐ Nada adecuada

Considera que el **mensaje transmitido** en el video en contraste con el mensaje de comunicación \*  
que se desea transmitir es:

- ☐ Muy adecuado
- ☐ Poco adecuado
- ☐ Nada adecuado

### Observaciones

Descripción (opcional)

Si tiene alguna sugerencia, comentario o crítica puede hacerlo con libertad en el siguiente espacio:

Texto de respuesta largo

**¡Muchas gracias por responder a esta encuesta!**

Tus comentarios serán de ayuda para la mejora de esta propuesta de material audiovisual.

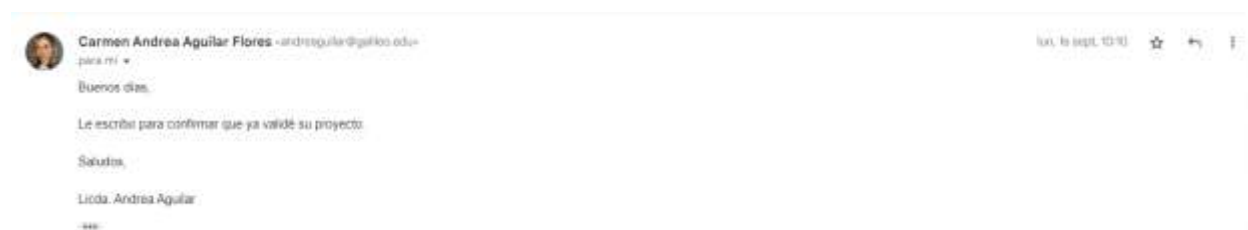
## Anexo 7: Validación



Correo de validación de Licenciado Arnulfo Guzmán.



Correo de validación de Licenciada Aura Pérez.



Correo de validación de Licenciada Andrea Aguilar.



Correo de validación de Licenciada Gabriela Cabrera.

## Anexo 7: Validación



Mensaje de confirmación de validación de Licenciada Dámaris Mejilla.

## Anexo 7: Validación



Fotografía de validación con cliente German Sandoval presidente consejo comunitario de desarrollo en el residencial Bosques de San Nicolás.

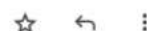
## Anexo 8: Entrega de propuesta final

### Video en fin de la preservación del bosque



**Pablo Daniel Estrada Chanchavac** <pablo.estrada@galileo.edu>  
para cocodebsn@gmail.com ▼

16:51 (hace 0 minutos)



¡Buen día!

Soy Pablo Estrada Chanchavac, vecino del residencial, vivo en la 8va calle 32-05 y es un gusto saludarles por este medio.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con ustedes con el fin de compartir un proyecto de graduación que estuve trabajando a lo largo de este año con el objetivo de dar a conocer a los vecinos la importancia del cuidado del bosque en el residencial.

Se que el material compartido puede ser de mucha utilidad y ayuda a concientizar a los vecinos la importancia del bosque, por esto mismo lo comparto con cocode con libre disposición de distribución y reproducción del mismo.

Es un trabajo que estuve desarrollando durante bastante tiempo y ahora que ya lo he terminado me es un gusto compartirlo con ustedes esperando que pueda ser aprovechado en lo posible y de utilidad para el residencial!

Me despido enviando un cordial saludo esperando que sigan adelante en el arduo trabajo en el residencial.

¡Feliz día!

VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=oiJnv9pFdaQ>



**COCODE BSN**  
para PH ▼

jun, 19 de 2024, 9:03



Buenos días Pablo, agradeciendo el seguimiento y el interés de poder compartir este material para la comunidad, le informo que se trasladará a los encargados para que tomen la decisión correspondiente. Si tuviera algún número de teléfono que pueda compartir si necesitaran hablar con su persona se lo agradecería.

saludos

----



**Pablo Daniel Estrada Chanchavac** <pablo.estrada@galileo.edu>  
para COCODE ▼

jun, 19 de 2024, 21:53



Me alegro, si con mucho gusto, mi número de teléfono es 53390156 - Pablo Estrada

----

Anexo 9: Cotización con Espacio Creativo Stephanie Sosa

Cotización de un video informativo promocional de no más de 3 minutos a Espacio Creativo.



Nombre del cliente: Odontología Integral, Isaac Contreras  
Número telefónico: +502 5651 2945  
Dirección: San Cristóbal, Guatemala.  
Correo electrónico: odontologjaiintegral304@gmail.com  
Fecha: 30 enero 2024

| No | Concepto                                                                             | Cantidad | Precio  | Sub total |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------|
| 1. | Publicaciones (Compatibles con Instagram y Facebook)                                 | 12       | Q35.00  | Q420.00   |
| 2. | Historias (Compatibles con Instagram, Facebook y Whatsapp)                           | 31       | Q35.00  | Q1,085.00 |
| 3. | Sesión fotográfica y recolección de material audiovisual para publicaciones y videos | 1        | Q500.00 | Q500.00   |
| 4. | Videos (Compatibles con Instagram, Facebook, Whatsapp y Tik Tok)                     | 2        | Q165.00 | Q330.00   |

La presente cotización se ofrece para su consideración y está sujeta a negociación. Su vigencia es de 30 días a partir de la fecha de emisión. El plazo de pago se establece al concluir la entrega del proyecto. Agradecemos de antemano su compromiso y quedamos a disposición para resolver cualquier consulta que pueda surgir.

|           |           |
|-----------|-----------|
| Descuento | Q335.00   |
| Total     | Q2,000.00 |

Stephanie Sosa:

+502 58291537

espaciocreativoguatemala@gmail.com

Ciudad de Guatemala

Odontología Integral



Stephanie Sosa

Anexo 10: Cotización con Creati Studio Gabriela Álvarez

Cotización de un video informativo promocional de no más de 3 minutos a Creati Studio.

Creati  
Studio

Creamos tus ideas

Cliente: Pablo Estrada

Cotización No. 2024-111

Contacto: 53398156

Fecha de cotización: 08/11/24

Estimado/a cliente:

Adjuntamos la cotización detallada que ha solicitado. En Creati nos complace ofrecer soluciones de alta calidad y a medida para sus necesidades.

| Descripción                                                                                                                                                    | Precio             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>Diseño de elementos visuales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Creación de diseños vectoriales personalizados</li></ul>                             | Q150.00            |
| <b>Producción audiovisual</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Sesión profesional de fotografía y video</li></ul>                                         | Q800.00            |
| <b>Producción de audio</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Grabación de voz en off para el video</li><li>Musicalización y ambientación sonora</li></ul>  | Q250.00<br>Q150.00 |
| <b>Animación y edición</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Animación estándar de los diseños vectoriales</li><li>Edición profesional del video</li></ul> | Q150.00<br>Q600.00 |
| <b>Entrega final</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Video en formato MP4</li></ul>                                                                      |                    |
| <b>Total sin IVA</b>                                                                                                                                           | Q2,100.00          |
| <b>IVA</b>                                                                                                                                                     | Q105.00            |
| <b>TOTAL:</b>                                                                                                                                                  | Q2,205.00          |

Este presupuesto es válido por 10 días a partir de su fecha de emisión y está diseñado específicamente para responder a las necesidades actuales de la empresa, considerando su tipo, sector, y los requisitos para la futura implementación de la solución propuesta.

Creati  
Studio

Diseño | Publicidad  
55177221

**Anexo 11: Cotización con Emanuel Perla redes sociales video y fotografía profesional**



EMMANUEL PERLA

---

REDES SOCIALES - VIDEO Y FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Cotización con Emanuel Perla Redes sociales video y fotografía profesional anexo 11.



CONTENIDO DE BASE MENSUAL

PROPUESTAS DE CONTENIDO SEMANAL PARA REDES SOCIALES

"BOHEMA BLISS"

INVERSIÓN MENSUAL

| PROPUESTA | INVERSIÓN EN VIGENCIA | INVERSIÓN EN PROMOCIÓN |
|-----------|-----------------------|------------------------|
| GOLD      | Q5,000.00             | Q4,000.00              |
| DIAMOND   | Q6,000.00             | Q4,500.00              |
| PREMIUM   | Q7,500.00             | Q7,000.00              |
| ULTRA     | Q9,000.00             | Q8,000.00              |

¡SI CONTRATAS MIS SERVICIOS ANTES DE FINALIZAR LA PRIMERA SEMANA DE NOVIEMBRE OBTIENES LOS  
EL PRECIO DE LOS PAQUETES DE PROMOCIÓN POR TIEMPO ILIMITADO!

Cotización con Emanuel Perla Redes sociales video y fotografía profesional anexo 11.

NOTA: La producción del contenido comenzará una vez se firme un contrato por ambas partes, con el objetivo de garantizar la calidad del trabajo y la colaboración mutua. Este contrato puede ser redactado por el contratante (Equipo de Bohema Bliss), por el contratado (Emmanuel Perla), o bien elaborado conjuntamente por ambas partes, conforme a las leyes laborales guatemaltecas.

- El contrato tendrá vigencia mínima de 1 año, y con el tiempo en que ambas partes estén de acuerdo si se llegara a extender.
- Si el contratante necesita facturación mensual, se añadirá el 5% del precio al paquete mensual elegido.
- El método de pago puede ser por transferencia bancaria, enviando el comprobante de la transferencia.